

Министерство сельского хозяйства Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный аграрный университет»

На правах рукописи

Слобожанин Дмитрий Михайлович

**ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ
ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА РЕГИОНА
(на материалах Новосибирской области)**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством
(экономика, организация и управление предприятиями, отраслями,
комплексам. АПК и сельское хозяйство)

ДИССЕРТАЦИЯ

на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Научный руководитель:
доктор экономических наук, профессор,
член-корреспондент РАН
Рудой Евгений Владимирович

Новосибирск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА.....	10
1.1 Понятие конкурентоспособности и ее отраслевая специфика	10
1.2 Факторы повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.....	25
1.3 Особенности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области .	47
2 ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ПОДДЕРЖКИ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	63
2.1 Оценка уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.....	63
2.2 Анализ конкурентных стратегий субъектов мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.....	82
2.3 Анализ мер региональной поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса	96
3 ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	114
3.1 Обоснование методики оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона	114
3.2 Исходные параметры для апробации методики и их оценка	127
3.3 Модель оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.....	139
3.4 Направления повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.....	148
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	173
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	176
ПРИЛОЖЕНИЯ.	205

ВВЕДЕНИЕ

Введение в отношении России экономических санкций, ослабление рубля и расширение государственной поддержки мясопродуктового подкомплекса способствовали созданию возможностей для повышения конкурентоспособности производителей, однако большинством из них она не была использована. За 2014-2019 гг. общий объем поддержки сельского хозяйства возрос в 10,75 раза, целевое финансирование мясопродуктового подкомплекса – в 7,74 раза, но производство мяса в натуральном выражении сократилось на 0,38%, объем производства мясной продукции в физическом выражении возрос только на 11,54%, а ее реализация в постоянных ценах сократилась на 6,09%. Все это свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, неэффективности существующих мер его поддержки.

Мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области, как и многих других регионов России, способен развиваться, обеспечивая лучшее потребительское разнообразие предлагаемой продукции при более низких ценах, но для этого потенциальные конкурентные преимущества должны быть преобразованы в реальные сильные стороны конкретных производителей.

Этого невозможно достичь без оценки эффективности уже реализованных региональными властями мер поддержки мясопродуктового подкомплекса, а также их совершенствования. Учитываться при этом должны не только опыт других стран, но и реальные условия отраслевой конкуренции, поскольку меры поддержки со стороны государства не могут охватить все стороны функционирования подкомплекса, они способны устранить лишь отдельные недостатки его функционирования.

Для повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона региональным властям необходимо иметь в своем распоряжении обоснованный набор средств, использование которых позволяет сопоставить меры отраслевой поддержки реальным потребностям

производителей и обеспечить наибольший экономический эффект при заданных ограничениях регионального бюджета.

Состояние изученности проблемы. Изучением понятия конкурентоспособности в АПК занимались Г.Л. Азоев, А.М. Алексеева, М.И. Гельвановский, П.С. Завьялов, П.М. Першукевич, Е.В. Рудой, Н.И. Пыжикова, Е.И. Мазилкина, М. Портер, А.А. Томпсон, Х.А. Фасхиев, Р.А. Фатхутдинов и др.

Разработки, относящиеся к мерам государственной поддержки АПК, представлены в исследованиях Е.А. Белова, Е.В. Берегатновой, И.Л. Воротникова, А.В. Дудник, Е.А. Керзиной, Л.А. Коптевой, В.А. Кундиус, А.Б. Мельникова, Ж.М. Омархановой, И.Ю. Скляр, А.И. Сулеймановой, А.Т. Стадника, В.Ф. Стукача, А.И. Сучкова, Л.В. Тю, И.В. Ушачева, С.А. Шелковникова, М.Л. Халявиной и др.

Отдельные аспекты конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса рассматривали М.Ж. Абдиев, А.А. Булай, И.Г. Гайнутдинов, С.М. Головатюк, Н.В. Григорьев, И.А. Гуминская, Ю.А. Зарубина, И.С. Иваненко, Т.Н. Кабанова, А.Н. Король, В.А. Макарова, Г.А. Маметова, И.А. Родионова, И.И. Саенко, К.А. Титовец, С.Г. Чернова, С.В. Шарыбар, И.Н. Шафранский, А.К. Шукуров и др.

Целью данной работы является уточнение теоретико-методических положений и разработка практических рекомендаций по повышению уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Задачами работы являются:

- 1) уточнение категории конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса;
- 2) оценка современного состояния мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и существующих мер поддержки ее конкурентоспособности;
- 3) разработка и апробация методики оценки и повышения эффективности

поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона;

4) обоснование перспективных направлений повышения конкурентоспособности Новосибирской области.

Объектом исследования являются организационно-экономические отношения, формирующие конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона.

Предметом исследования являются факторы, методы и меры повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

Объект наблюдения – мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области.

Область исследования. Работа соответствует п. 1.2.32 «Государственное регулирование сельского хозяйства и других отраслей АПК», п. 1.2.38. «Эффективность функционирования отраслей и предприятий АПК», Паспорта специальностей ВАК 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами. АПК и сельское хозяйство).

Теоретической и методологической основой исследования послужили базовые положения теорий отраслевой конкурентоспособности и государственного регулирования экономики, стратегического управления, труды российских и зарубежных исследователей, посвященные вопросам конкурентоспособности, в том числе управления конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. При проведении исследования были использованы данные Росстата, Министерства сельского хозяйства Новосибирской области, финансовая отчетность производителей мясной продукции, а также иные данные этих предприятий, специальная, справочная и другая литература.

Методами исследования послужили: общенаучные методы, такие как анализ и синтез; частно-научные методы:

а) сравнительно-правовой и формально-логический (анализ целевых программ поддержки мясопродуктового подкомплекса, оценка допустимости

отдельных рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности производителей мясной продукции);

б) экономического анализа, такие как метод средних, индексный метод, метод относительных показателей (оценка количественных показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, а также мер его поддержки);

в) регрессионного анализа (оценка эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области на основе коэффициентов корреляции, построение регрессионной модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса).

Положения, выносимые на защиту:

1. Определение конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

2. Факторы и инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

3. Усовершенствованная методика оценки и повышения эффективности поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

4. Организационно-экономическая модель повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Научная новизна исследования определяется следующими положениями:

- предложено определение конкурентоспособности с учетом особенностей мясопродуктового подкомплекса на основе исследования современной специфики развития и конкуренции между производителями; по сравнению с существующими определениями конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса предлагаемое определение отличается новизной, которая включает: уточнение источников конкурентоспособности производителей мясной продукции (опыт конкуренции, доступ к потребителю); возможности различных сочетаний достижения конкурентных преимуществ производителями мясной продукции (интеграция самого производителя, кооперация); связь с

факторами конкурентоспособности (специфика конкретного региона); специфика конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе (технологический контроль затрат как необходимое условие и способность предугадывать запросы потребителей как непосредственный источник преимуществ);

- выявлены факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса во взаимосвязи с предложенным определением, а также уточнены инструменты повышения уровня конкурентоспособности подкомплекса региона во взаимосвязи с особенностями мясопродуктового подкомплекса; обоснована необходимость их использования с учетом конкурентных стратегий участников рынка мясной продукции;

- усовершенствована методика оценки и повышения эффективности поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона исходя из необходимости воздействия региональных властей на отдельные факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона и во взаимосвязи с конкурентными стратегиями производителей мясной продукции. Показана необходимость выбора мер повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в соответствии с региональной спецификой, что предполагает воздействие региональных властей на наиболее существенные сферы развития мясопродуктового подкомплекса региона, где возможные результаты воздействия сопоставимы с объемами ресурсов, доступными региональным властям;

- предложены перспективные направления повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области; выявлено, что основным противоречием в воздействии на подкомплекс региона является активная поддержка производства мяса без создания для производителей реальной возможности доведения продукции до потребителя. В связи с этим предложена организационно-экономическая модель, основывающаяся на создании распределительного центра и перераспределении субсидий в сторону наиболее эффективных мер государственной поддержки.

Теоретическая значимость исследования определяется уточнением ряда

теоретических положений, относящихся к пониманию сущности конкурентоспособности в целом, а также специфике данной категории в мясопродуктовом подкомплексе, во взаимосвязи с современной практикой развития конкурентных отношений между производителями мясной продукции. Также уточнены понятие и содержание мер по повышению уровня конкурентоспособности подкомплекса с учетом результатов обобщения практики государственной поддержки производителей мясной продукции в различных странах.

Практическая значимость исследования определяется обоснованием конкретных мероприятий, способствующих повышению эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, а также количественной оценкой влияния разработанных мероприятий на показатели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

Апробация результатов исследования. Диссертационная работа выполнена в соответствии с планом научно-исследовательской работы Новосибирского государственного аграрного университета. Основные положения, выводы и рекомендации, изложенные в диссертации, доложены и получили положительную оценку на аспирантских семинарах кафедры экономики Новосибирского ГАУ; на научно-практических конференциях: «Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса» (Новосибирск, 2020); «Основные тенденции развития агропромышленного комплекса региона на современном этапе» (Новосибирск, 2020); «Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы» (Горно-Алтайск, 2020) и др. Результаты работы автора применяются Министерством сельского хозяйства и Министерством экономического развития Новосибирской области, что подтверждено справками о внедрении результатов исследования.

Публикации. По теме диссертационного исследования опубликованы 22 научные работы общим объемом 16,29 п.л. (авт. 11,8 п.л.), в том числе

1 работа в издании базы Web of Science, 7 работ в журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки России, – 9,41 п.л. (авт. 6,71 п.л.).

Структура и объем работы. Диссертационная работа состоит из введения, трех разделов, заключения, списка литературы, включающего 234 источника. Работа изложена на 205 страницах машинописного текста, включает 23 таблицы и 59 рисунков.

Во введении обосновывается актуальность диссертационного исследования, ставятся цели и задачи, выделяются предмет и объект исследования, его теоретическая и практическая значимость.

В первом разделе «Теоретические основы повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса» рассмотрены понятие конкурентоспособности и ее отраслевая специфика, представлены факторы повышения конкурентоспособности подкомплекса, выделены особенности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Во втором разделе «Оценка состояния мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и эффективности мер поддержки его конкурентоспособности» проведена оценка уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, представлен анализ конкурентных стратегий субъектов мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, исследованы меры региональной поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.

В третьем разделе «Перспективы повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области» обоснована методика оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, сформированы исходные параметры для апробации методики и проведена их оценка, построена организационно-экономическая модель повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и обоснованы его перспективные направления.

В заключении представлены основные выводы по работе.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОВЫШЕНИЯ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА

1.1 Понятие конкурентоспособности и ее отраслевая специфика

Категории конкуренции и конкурентоспособности являются основополагающими для рыночной экономики и основываются на представлении о существовании совершенной конкуренции. Конкурентоспособность отдельного производителя понимается как способность удовлетворить рыночный спрос. Если отдельные характеристики товара производителя не соответствуют рыночному спросу, он недостаточно конкурентоспособен [44, 51, 87]. Это базовое понимание понятия конкурентоспособности находит свое практическое подтверждение, но требует уточнения, поскольку представление о существовании совершенной конкуренции является чисто теоретическим, оно не учитывает множества существующих в реальной жизни аспектов конкуренции, как следствие, не является достаточно надежной теоретической базой для исследования конкурентоспособности производителей в действительных условиях рыночной конкуренции.

Основные аспекты исследования конкурентоспособности применительно к мясопродуктовому подкомплексу представлены на рисунке 1.1.

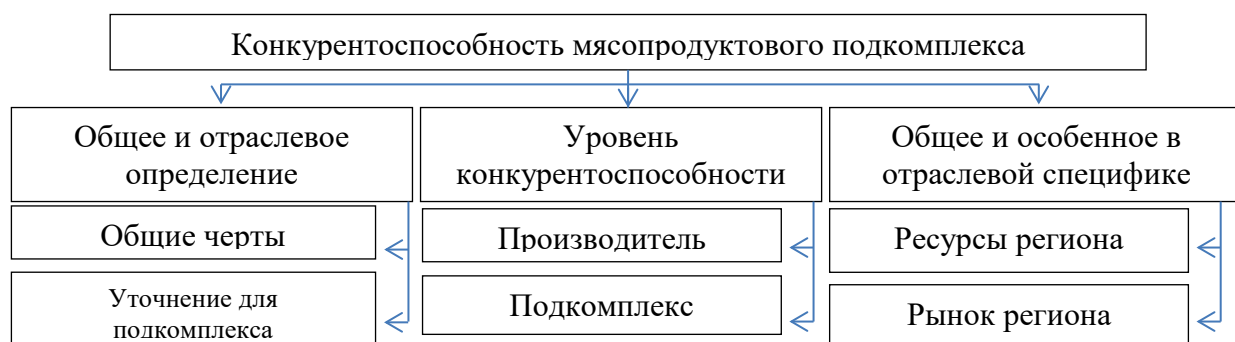


Рисунок 1.1 – Аспекты исследования конкурентоспособности применительно к мясопродуктовому подкомплексу

Составлено автором по [45, 46, 64, 85]

Представленные аспекты отражают последовательность исследования понятия конкурентоспособности, позволяют перейти от ее общих характеристик к уточнению отраслевой специфики.

Необходимость выделения отраслевого определения не во всех случаях очевидна, поскольку конкурентоспособность может быть и единым для различных отраслей понятием, одновременно необходимо принимать во внимание специфику деятельности и конкуренции в отдельных отраслях.

Особенно это относится к деятельности агропромышленного комплекса и составляющего его отраслей, поскольку в данной сфере происходит воздействие человека на окружающую среду, имеющее непосредственный характер; здесь на результат, а значит, и на конкурентоспособность подкомплекса влияют климатические условия и в целом природные особенности конкретного региона. Хотя мясопродуктовый подкомплекс не столь тесно связана с природными условиями, как растениеводство, следует учитывать такие особенности, как дополнительные расходы на отопление, доступность кормовой базы, сезонность технологий переработки (рецептуры готовой продукции в летний период должны обеспечивать длительную сохранность) [22, 126, 170]. Имеется и множество других аспектов.

Рассматриваются только общие определения конкурентоспособности, имеющие основополагающий характер, поскольку последующие уточнения в современных исследованиях не охватывают, как правило, наиболее значимые признаки исследуемой категории. Общие подходы к определению конкурентоспособности представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1 – Общие подходы к пониманию конкурентоспособности

Автор	Определение
1	2
М. Портер	«Свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присущими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений» [78]

1	2
	конкурентами, на достижение низкого уровня издержек, на улучшение репутации фирмы» [115]
Х.А. Фасхиев	Конкурентоспособность признается «как реальной, так и потенциальной способностью компании разрабатывать, изготавливать, сбывать и обслуживать в конкретных сегментах рынка конкурентоспособные изделия, то есть товары, превосходящие по качественно-ценовым параметрам аналоги и пользующиеся более приоритетным спросом у потребителей» [119, 120]
М.И. Гельвановский	«Обладание свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования» [37]
Г.Л. Азоев	«Способность более полно отвечать запросам покупателей, в сравнении с аналогами, представленными на рынке» [19]
А.М. Алексеева	«Динамическое свойство объекта, способное удовлетворять параметрам потребительского спроса, не хуже аналогичных объектов данного рынка, достигаемое в результате управления конкурентными преимуществами в условиях окружающей среды» [20]
Е.И. Мазилкина	Исследователь понимает конкурентоспособность как «относительную характеристику, отражающую степень отличия развития данной организации от конкурентов по степени удовлетворения своими товарами потребностей людей, а также возможности и динамику приспособления организации к условиям рыночной конкуренции» [61]
П.С. Завьялов	«Возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка» [43]

Представленные определения имеют общий теоретический характер, в них не выделяются уровни конкурентоспособности товара, организации или подкомплекса. Они являются дискуссионными, поскольку существует ряд различий, уточнение которых способствует пониманию теоретического содержания рассматриваемой категории и в последующем отражению в нем отраслевых особенностей.

Критерии различия понятий конкурентоспособности в теоретическом аспекте представлены на рисунке 1.2. Обсуждая критерий превосходства, его нельзя рассматривать независимо от источников развития бизнеса. Хотя речь идет о теоретическом понимании конкурентоспособности, не следует забывать, что теория порождается практикой, под ее влиянием она преобразуется, отдельные теоретические положения уточняются, что составляет основу научного познания. Поэтому, если рассматривать конкурентоспособность как

равенство позиций, умение производителя предложить только «не худший» относительно конкурента вариант потребителю, остается за границами определения такой важнейший аспект, как источники развития бизнеса и причины создания крупнейших компаний, первоначально начинавших с небольшого производства.

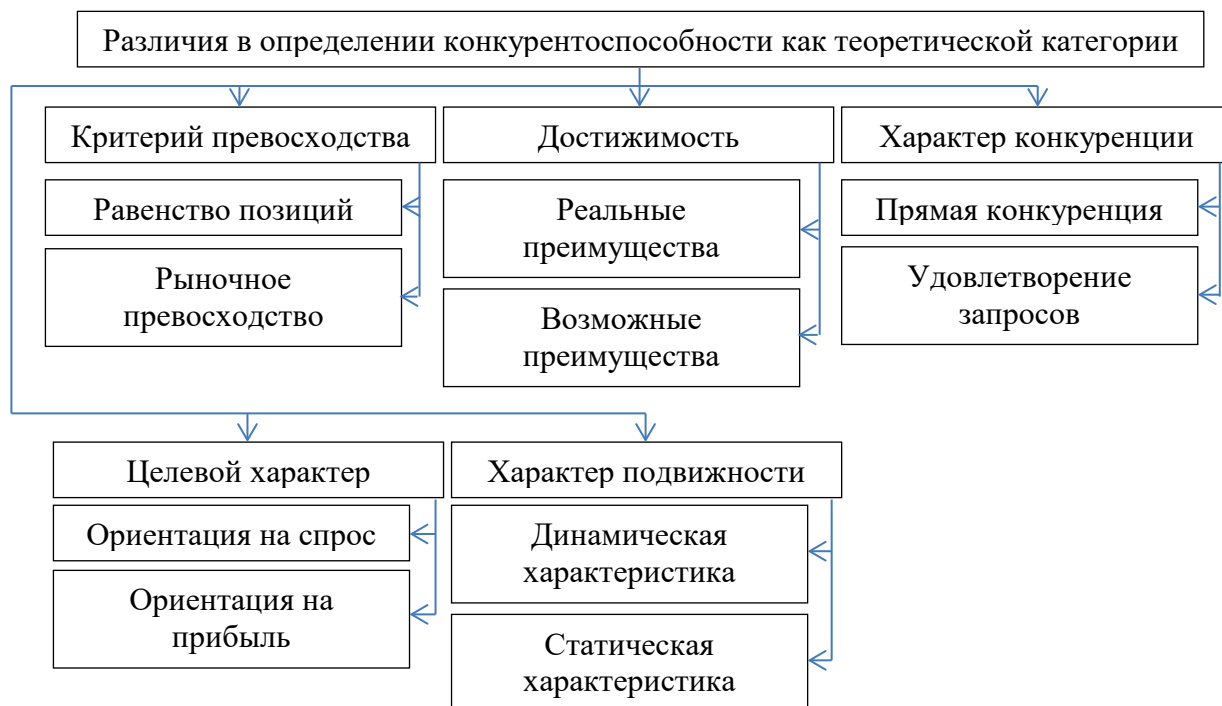


Рисунок 1.2 – Критерии различия понятий конкурентоспособности в теоретическом понимании

Составлено автором по [19, 20, 37, 43, 61, 78, 115, 119, 120]

Отсюда вполне обоснованным представляется понимание конкурентоспособности как превосходства по отношению к конкуренту или, по меньшей мере, стремления к достижению такого превосходства. Высказанное положение позволяет дать вполне однозначную характеристику конкурентоспособности только как реально существующих и, что более важно, воспринимаемых и ценимых потребителем преимуществ. Наличие потенциала повышения конкурентоспособности необходимо, зависит оно от ресурсов региона, но до момента, пока производители и подкомплекс в целом не осознают этой возможности, конкурентоспособность останется чисто теоретической возможностью без практического выражения в виде увеличения доли рынка

отечественных производителей и роста их прибыли. Именно поэтому в понимании конкурентоспособности как теоретической категории следует исходить только из реально достигнутых позиций. Это особенно важно для отраслевого понимания, поскольку, в частности, продукция новосибирских производителей по многим показателям превосходит товарные характеристики продукции мясопродуктового подкомплекса зарубежных компаний. Она более безопасна для потребителя, учитывая невысокий уровень технологической оснащенности многих производителей, могла бы соответствовать критериям «зеленой» продукции в понимании европейских стандартов, отличается существенно более высокими вкусовыми характеристиками, но только небольшое количество производителей в регионе обладают действительно сильными конкурентными позициями [65, 106, 135, 145, 147, 163, 163]. При равенстве условий хозяйствования, наличии вблизи весьма емкого рынка [59] Новосибирска с перспективой, благодаря транспортному узлу, экспорта продукции даже за рубеж [30], лишь некоторые участники мясопродуктового подкомплекса использовали потенциальные преимущества для достижения реальной конкурентоспособности. Менее очевидным является характер конкуренции в определении конкурентоспособности, поскольку, если исходить из классической концепции, конкуренция всегда является результатом прямой борьбы между большим количеством производителей, но не менее обоснованно М. Портер указывает на возможность реализации сегментных стратегий [78-81]. В случае работы с отдельным сегментом рынка ценность продукции для потребителя даже больше, поскольку удовлетворяет именно его запросы, а уровень конкуренции ниже, поскольку меньше количество производителей, заинтересованных в работе с целевой категорией потребителей [35, 117].

В стратегическом плане существуют различные концепции, например, в мясопродуктовом подкомплексе на уровне производителей готовой продукции представлены как стратегии massmarket, так и privatebrand, причем имеются примеры достижения высокой конкурентоспособности производителей в соответствии с каждой из стратегий. Признавая прямую конкуренцию

неотъемлемым условием рынка, следует, ориентируясь на опыт крупнейших российских производителей мясной продукции, признать конкурентоспособность связанной не только с непосредственной конкурентной борьбой, но и любым другим способом взаимодействия с потребителем.

Целевой характер конкуренции может рассматриваться как ориентация на спрос (в этом случае конкурентоспособным признается производитель, достигающий наибольших объемов продаж) либо как стремление к получению прибыли [133]. В этом аспекте расхождения в теоретическом понимании определяются подходами к пониманию сущности конкуренции, поскольку, в соответствии с положениями классической экономической теории, прибыль выступает основополагающим результатом и целью [58, 67, 73, 89, 129]. Для институциональной экономики и управления прибыль является показателем конкурентоспособности, но в процессе взаимодействия институтов она создается за счет объемов производства. Это означает, что удовлетворение спроса играет решающую роль [114, 154]. На уровне положений менеджмента уточняется, что объемы выступают критерием конкурентоспособности по отношению к внешней среде, прибыль создается за счет управления внутренней средой организации [144, 149].

Обращаясь к практическому опыту функционирования производителей в мясопродуктовом подкомплексе, следует признать фактор объемов решающим для достижения высокой конкурентоспособности производителя, что связано напрямую с эффектом масштаба производства [153]. Практически все крупнейшие производители, составляющие мясопродуктовый подкомплекс на федеральном уровне, стремятся обеспечить, в первую очередь, высокие объемы продаж, поскольку значительная часть затрат относится к постоянным расходам. Конкурентоспособность создается, в том числе, ценой продукции, на нее влияют затраты, но для последующего снижения цены необходимо, прежде всего, исключить все непроизводительные издержки из производственного процесса и увеличить объемы выпуска продукции, обеспечив ее реализацию. Тогда создается прибыль. Поэтому прибыль признается конечным выражением

конкурентоспособности, но сама конкурентоспособность определяется исходя из удовлетворения спроса. Такое понимание позволяет достичь определенности и в соотношении общественных интересов с целями производителя, поскольку, увеличивая объемы и предлагая продукцию высокого качества по приемлемой цене [90, 113], производитель реализует социальную функцию, а это означает получение им прибыли [188]. Такое понимание значимо для управления подкомплексом, поскольку при отраслевом регулировании основные интересы сосредоточены не на получении прибыли производителем, а на аспекте продовольственной безопасности, что прямо связано с социальным аспектом конкурентоспособности производителей. Конкуренция в любом случае ведется в конкретных условиях, как следствие, конкурентоспособность достигается на определенный момент времени, и определяется, в том числе, способностью производителя приспосабливаться к условиям рынка.

Обобщение результатов обсуждения теоретического содержания конкурентоспособности представлено в таблице 1.2.

Таблица 1.2 – Итоги обсуждения теоретического содержания конкурентоспособности

Аспект различий	Итоги обсуждения
Критерий превосходства	Только превосходство по отношению к конкурентам определяет содержание конкурентоспособности, но необязательно это превосходство в прямой конкурентной борьбе, это лучшие результаты в борьбе за потребителя
Достижимость	Только реально существующие преимущества производителя или подкомплекса составляют конкурентоспособность
Характер конкуренции	Конкурентоспособность может быть и не связана с прямым столкновением между производителями в борьбе за покупателя, если один из них ориентируется на запросы отдельной категории потребителей
Целевой характер	Прибыль выступает только показателем конкурентоспособности, а обеспечивается она, особенно в мясопродуктовом подкомплексе, востребованностью продукции и ростом объема продаж
Характер подвижности	Способность вовремя воспользоваться возможностями, которые предоставляет рынок, имеет ключевое значение для достижения превосходства над конкурентами

Составлено автором по [19, 20, 30, 35, 37, 43, 59, 61, 65, 78-81, 106, 115, 117, 119, 120, 135, 133, 144, 145, 147, 149, 163, 163, 188]

Конкурентоспособность как теоретическая категория означает результат

вовлечения производителем ресурсов, необходимых для создания товара, их преобразования, выпуска продукции и ее доведения до потребителя на основе взаимодействия с ним через различные институты, выражающийся в готовности потребителя приобрести этот товар, а также в потенциальном предпочтении этого товара продукции конкурента.

Данное определение сочетает в себе уровни конкурентоспособности производителя и отраслевой конкурентоспособности, поскольку в подкомплексе конкуренция ведется между конкретными производителями, но по отношению к другим регионам и рынкам иных стран превосходством или, по меньшей мере, способностью предложить не худший товар обладает подкомплекс в целом. Обеспечивается конкурентоспособность подкомплекса характером конкурентных отношений между составляющими ее производителями. Если опыт конкуренции и конкурентные преимущества отдельно взятых производителей достаточны для противодействия иностранным компаниям или предприятиям из других регионов, подкомплекс также конкурентоспособен.

Это позволяет рассматривать категорию конкурентоспособности как объект государственного управления, поскольку, в противном случае, следовало бы вырабатывать адресные меры поддержки только отдельных производителей (на практике это делается, но по отношению к подкомплексу не дает значимых эффектов). Предложенное теоретическое определение дает также основания для перехода к пониманию категории конкурентоспособности на отраслевом уровне, который представлен мясопродуктовым подкомплексом. Основные элементы конкурентоспособности для подкомплекса, в соответствии с предлагаемой концепцией, те же, что и для других отраслей, отличается специфика, но именно она делает отдельные регионы России, например, Омскую область, лидерами на рынке мясной продукции, тогда как другие, близкие по природным ресурсам регионы, такими преимуществами не обладают.

Особенности мясопродуктового подкомплекса представлены на рисунке 1.3.

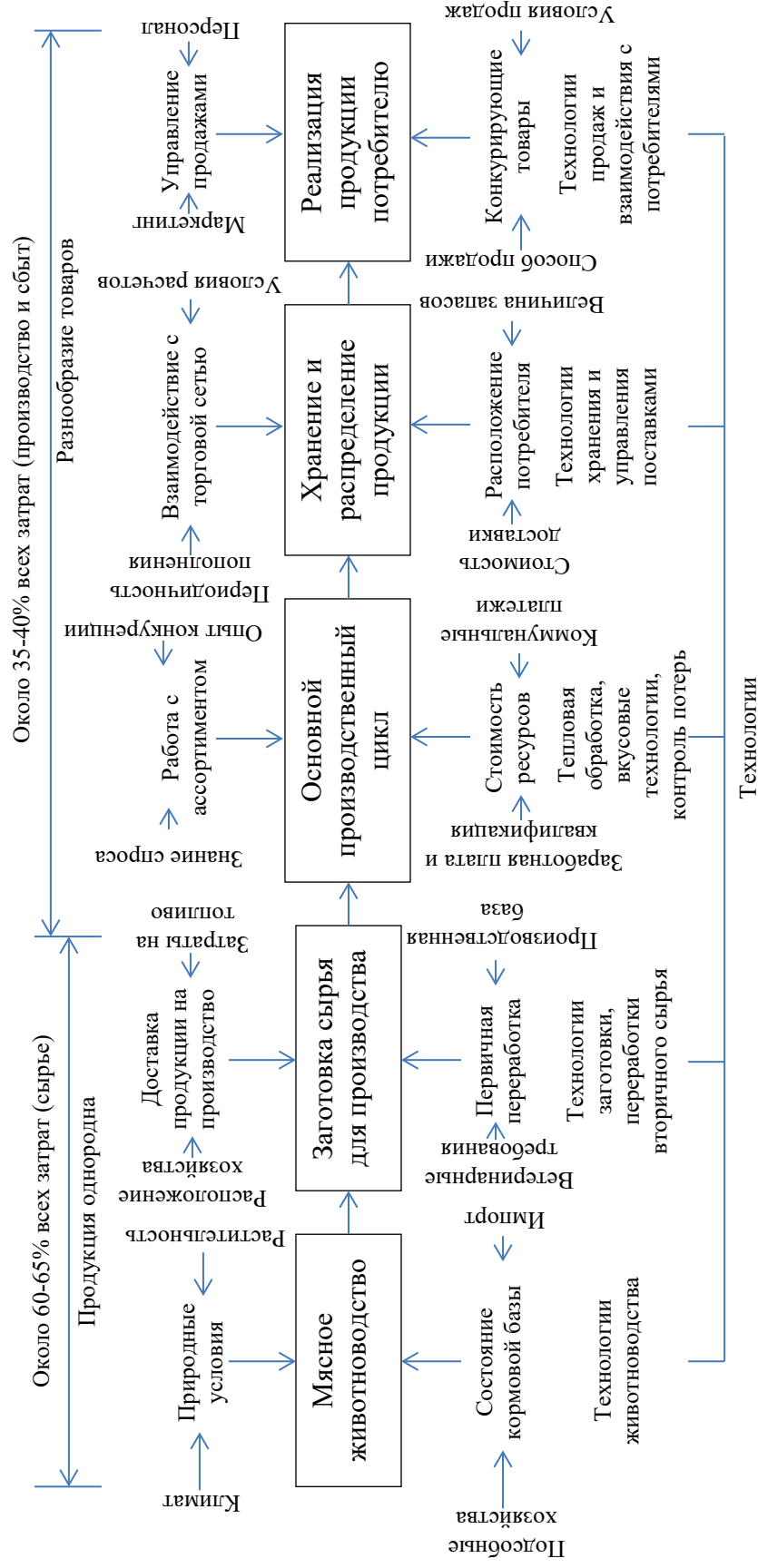


Рисунок 1.3 – Особенности конкурентоспособности в мясопродуктовом подкомплексе

Составлено автором по [78-81, 94, 99, 102, 143, 148, 150]

Структура затрат рассчитана по данным финансовой отчетности ПАО «Велоколуцкий мясокомбинат», ЗАО «Микоян» и ООО «Сибирская продовольственная компания»

Специфику мясопродуктового подкомплекса как одной из сфер активной конкуренции, связанной с производством продуктов питания, и одновременно обеспечивающего продовольственную безопасность России, наиболее обоснованным было бы рассматривать во взаимосвязи с процессом создания потребительской ценности [137, 164, 169, 187]. Это отражает специфику производственных процессов и позволяет продемонстрировать взаимосвязь между объединением ресурсов как исходным положением в создании продукции с конечным результатом в виде ее востребованности рынком, и как следствие, получением производителем прибыли.

Ключевой особенностью мясопродуктового подкомплекса является неравномерность распределения затрат и прибыли, поскольку до момента производства потребительских товаров продукция является однородной (отличие только в категориях мяса), а в последующем достигается разнообразие товаров [39]. Это значит, что производитель может более гибко подходить к установлению цены, особенно хорошо зная рынок [63, 125]. Данные о распределении затрат представлены в таблице 1.3 на основании финансовой отчетности ряда крупнейших производителей в мясопродуктовом подкомплексе, организовавших подсобные хозяйства, поставляющие сырье [82, 103, 128]. В целом по экономике неравномерность распределения затрат еще выше.

Таблица 1.3 – Структура затрат на производство мяса за 2016-2018 гг.

Продукция	Доля в розничной цене				Структура себестоимости	
	сырье	производство	доставка	себестоимость с доставкой	сырье	производство и доставка
1	2	3	4	5	6	7
2016 г.						
Говядина	61,6	8,07	0,19	69,86	88,18	11,82
Говядина бескостная	54,71	10,05	0,1	64,86	84,35	15,65
Свинина	53,27	8,9	0,22	62,39	85,38	14,62
Свинина бескостная	60,56	8,15	0,4	69,11	87,63	12,37
2017 г.						
Говядина	61,29	8,31	0,19	69,79	87,82	12,18
Говядина бескостная	54,65	9,95	0,11	64,71	84,45	15,55

Окончание таблицы 1.3

1	2	3	4	5	6	7
Свинина	52,4	8,89	0,24	61,53	85,16	14,84
Свинина бескостная	60,25	8,19	0,41	68,85	87,51	12,49
2018 г.						
Говядина	61,34	7,86	0,18	69,38	88,41	11,59
Говядина бескостная	55,65	9,42	0,13	65,2	85,35	14,65
Свинина	53,85	8,52	0,23	62,6	86,02	13,98
Свинина бескостная	60,64	8,03	0,49	69,16	87,68	12,32

Составлено автором по [213]

Данные за 2019 г. не представлены. Доля сырья составляет от 84,35 до 88,41% всех затрат производителей, на производство приходится 11,59-15,65%. При этом расчеты сделаны для мяса, а не продукции глубокой переработки, например, колбасы, в структуре себестоимости которой доля производственных затрат несколько больше.

Неравномерность распределения затрат и прибыли существует как на уровне крупных производителей, так и в целом по производству мясной продукции. В рыночных условиях сумма затрат на сырье в любом случае относится на производителя.

Поскольку до момента поступления сырья в производство оно является сравнительно однородным, возникает конкуренция производителей сырья. Конкуренция является преимущественно, ценовой. Поскольку производители готовой продукции это, как правило, крупные предприятия, а хозяйства, занимающиеся выращиванием скота и заготовкой сырья, выступают небольшими участниками рынка [104, 184, 193], вполне очевидной становится причина неравного распределения затрат и прибыли.

Для мясопродуктового подкомплекса конкурентоспособность обеспечивается доступом к конечному потребителю и технологической составляющей. На каждом из этапов создания потребительской ценности характер технологий различается, что подтверждается данными таблицы 1.4.

Таблица 1.4 – Роль технологий в конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Этап	Условия
Мясное животноводство	– Используемые корма, поскольку от этого зависит прибавка массы – Ветеринарно-санитарные условия содержания скота [132]. – Температурные условия содержания (использование строительных технологий) [66]. – Технологии откорма (современные линии).
Заготовка сырья	– Заготовка сырья. – Возможность переработки шкур [35]. – Переработка субпродуктов.
Основной производственный цикл	– Тепловая обработка, в том числе, температурный режим и режим энергопотребления. – Вкусовые технологии, включая использование пищевых добавок и консервантов. – Контроль потерь. Современные производственные комплексы располагают сgm, позволяющими учитывать все потери сырья и фактически отработанное на производстве время, в перспективе iot дают возможность лучше контролировать эксплуатацию оборудования, rfid обеспечивают контроль партий товаров, в том числе, контроль качества продукции [118].
Хранение и распределение продукции	– Технологии хранения, в первую очередь, использование современных температурных технологий при перевозке и размещении продукции на складе. Шоковая заморозка дает преимущества по срокам хранения, но существенно ухудшает потребительские свойства мясной продукции [130]. – Управление поставками необходимо для рационального распределения загрузки производственных мощностей по видам мясной продукции и объемам запасов, которые в последующем должны поставляться в торговые сети. Крупными производителями используются технологии «Больших данных» [33], в перспективе это может обеспечить существенное упрощение распределительного процесса и сокращение затрат на логистику [60]. Перспективной является технология BlockChain для взаимодействия между торговой сетью и производителем.
Реализация продукции потребителю	– Технологии продаж связаны с обслуживанием потребителей, это, в основном, технологии, обеспечивающие сохранность товаров и рациональное управление размещением после его поступления (необходимо для выполнения санитарно-гигиенических требований). Перспективным является использование RFID для контроля качества продукции мясопродуктового подкомплекса. – Технологии взаимодействия с потребителями необходимы для продвижения продукции конкретного производителя товаров.

Составлено автором по [33, 35, 60, 66, 118, 130, 132, 139, 142, 158, 159, 189, 194, 196]

Представленный технологический обзор позволяет сделать вывод, что ключевое значение для конкурентоспособности всего подкомплекса имеет контроль затрат (нормативы и учет расходов по каждому из значимых элементов

производственной себестоимости). Учитывать следует и опыт конкуренции, поскольку положение предприятия как производителя готовой продукции в технологической цепочке еще не означает его конкурентоспособности, более того, только немногие производители обладают действительно сильными конкурентными преимуществами. Это производители, уже долгое время функционирующие на рынке, они активно работают с ассортиментом, хорошо знают запросы потребителей и все аспекты технологического цикла, обеспечивающие высокое качество продукции при эффективном контроле производственных затрат [161, 182].

Обращаясь к отраслевым исследованиям конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, следует, в первую очередь, отметить сравнительно небольшое количество современных исследований. Хотя после введения экономических санкций произошли принципиальные изменения в условиях хозяйствования предприятий мясопродуктового подкомплекса [123], опыт конкуренции отражен только в диссертационных исследованиях М.Л. Халявиной [121] и А.И. Сулеймановой [109], посвященных управлению конкурентными преимуществами производителей.

Обзор исследований, посвященных конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, представлен в таблице 1.5.

Таблица 1.5 – Исследования конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Автор	Основные положения
1	2
Е.А. Белов [26]	– Конкурентоспособность рассматривается исходя из взаимосвязи ресурсов мясопродуктового подкомплекса и удовлетворения запросов потребителей. – Структурная модель включает в себя комплекс условий, в целом отвечающих последовательности доведения продукции переработки до потребителя. – Методика оценки конкурентоспособности является интегральной.
Е.В. Берегатнова [28]	– Конкурентоспособность рассматривается на уровне подкомплекса с позиций продовольственной безопасности и государственного регулирования. – Основной причиной низкой конкурентоспособности называется несовпадение между производством сырья и центрами его переработки. – Указывается на необходимость повышения конкурентоспособности

1	2
	производителей с учетом конкуренции со стороны иностранных компаний, исследователь считает необходимым повысить ввозные таможенные пошлины.
Л.А. Коптева [50]	– Стратегия управления конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса зависит от конкретной рыночной ситуации, исследователем выделены критерии классификации конкурентных стратегий по восьми критериям, предложен механизм обоснования выбора лучшей стратегии. – Указывается на необходимость приспособления производителей к внешней среде, обосновываются конкретные направления повышения конкурентоспособности производителей, а также рациональное размещение производств по территории региона. – Исследование основано на методе экономических балансов.
Е.А. Керзина [47]	– Исследователем выделяются несколько уровней конкурентоспособности в мясопродуктовом подкомплексе, предпочтение отдается товарной концепции, указывается на значение маркетинговой составляющей для усиления конкурентных преимуществ производителей. – Выделяются конкретные факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, обоснованно предлагаются конкретные решения в области совершенствования управления продуктовой составляющей мясопродуктового подкомплекса.
А.В. Дудник [41]	– Исследуется государственное регулирование мясопродуктового подкомплекса региона с позиций повышения ее конкурентоспособности по отношению к иностранным производителям. – Обоснована необходимость деления мер государственной поддержки подкомплекса на меры защиты внутреннего рынка и поддержки конкурентоспособности производителей.
М.Л. Халявина [121]	– Основное внимание уделяется маркетинговой составляющей и товарной политике в развитии мясопродуктового подкомплекса региона. – Учитывается фактор развития инфраструктуры мясопродуктового подкомплекса как условия повышения ее конкурентоспособности.
А.И. Сулейманова [109]	– Указывается на взаимосвязь конкурентоспособности и эффективности. – Ключевыми направлениями повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса признаются технологическая составляющая (табунное коневодство) и создание преимуществ в продуктовой сфере (йогурты из кобыльего молока).

Составлено автором по [26, 28, 41, 47, 50, 109, 121]

Обобщая представленные исследования конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, можно отметить, что рядом исследователей признается необходимость установления связи между производителем и потребителем, обоснованно указывается на возможное несовпадение между

производством сырья и готовой продукции [28]. Однако связь между факторами конкурентоспособности и положением в цепочке создания ценности, включая взаимодействие с потребителем, прослеживается не в полной мере. Технологические условия учитываются, но не представлена взаимосвязь между положением в цепочке ценностей и использованием технологий как фактора конкурентоспособности. Кроме того, не в полной мере принимается во внимание фактор загрузки производственных мощностей.

Учитывая специфику мясопродуктового подкомплекса, практику конкуренции и современные условия конкурентной борьбы между производителями, предлагается уточнить понятие конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса следующим образом.

Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса представляет собой выраженную в превосходстве над другими производителями и основанную на использовании опыта конкуренции способность хозяйств региона объединять специфические для него ресурсы мясного производства в единую технологическую цепочку, формирующуюся как в ходе конкурентных отношений между региональными производителями, так и благодаря их кооперации. Конечным выражением конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона следует считать выбор потребителей в пользу мясной продукции региональных производителей, обеспечиваемый как производством мясного сырья и его переработкой с минимальными технологическими потерями, так и способностью знать и предугадывать запросы потребителей.

Таким образом, уточнены понятия конкурентоспособности в теоретическом понимании, предложено определение конкурентоспособности с учетом особенностей мясопродуктового подкомплекса. Конкурентоспособность как теоретическая категория означает результат вовлечения производителем ресурсов, необходимых для создания товара, их преобразования, выпуска продукции и ее доведения до потребителя на основе взаимодействия с ним через различные институты, выражающийся в готовности потребителя приобрести этот товар, а также в потенциальном предпочтении этого товара продукции

конкурента. Исследована современная специфика развития мясопродуктового подкомплекса и конкуренции между производителями, что позволило уточнить определение конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса представляет собой выраженную в превосходстве над другими производителями и основанную на использовании опыта конкуренции способность хозяйств региона объединять специфические для него ресурсы мясного производства в единую технологическую цепочку, формирующуюся как в ходе конкурентных отношений между региональными производителями, так и благодаря их кооперации. Конечным выражением конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона следует считать выбор потребителей в пользу мясной продукции региональных производителей, обеспечиваемый как производством мясного сырья и его переработкой с минимальными технологическими потерями, так и способностью знать и предугадывать запросы потребителей. Определяющим условием конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса является взаимодействие производителя с конечным потребителем готовой продукции, что связано с положением предприятия в производственной цепочке, а также технологической составляющей, поскольку она обеспечивает снижение затрат. Факторами конкурентоспособности являются цена и характеристики продукции. Цена зависит от загрузки производственных мощностей, используемых технологий и взаимодействия напрямую с потребителем, а характеристики продукции определяются знанием рынка и опытом конкуренции конкретного производителя.

1.2 Факторы повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Практика управления в большинстве стран мира свидетельствует о стремлении государства к поддержке производителей продукции сельского хозяйства, причем основные ориентиры связаны с созданием условий, в которых

повышается конкурентоспособность производителей. Меры поддержки различаются по отраслям, что определяется, в первую очередь, технологическими особенностями производства и особенностями сбыта продукции. Развитие инструментов повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в практике развитых стран определяется международной интеграцией и развитием международной торговли. Меры поддержки производителей сегодня являются согласованными, но используются с учетом особенностей конкретных стран и регионов.

Государство осуществляет целенаправленное воздействие на определенную сферу экономических отношений с использованием конкретных средств, ими могут быть предписания, субсидии, создание инфраструктуры, иные меры [18]. Меры воздействия представляет собой сочетание различных практических приемов воздействия на общественные отношения (в рассматриваемом случае конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса), способствующих достижению строго определенного эффекта.

Использование инструментов повышения конкурентоспособности на государственном уровне определяет достижение долгосрочных параметров функционирования подкомплекса на основе взаимосвязанных между собой практических приемов. Отличие от уровня тактических решений состоит не в характере приемов, они могут и совпадать, а в направленности на долгосрочный результат.

Представленное понимание является наиболее общим и характерно для государственного уровня в целом, а особенностей поддержки конкурентоспособности подкомплекса оно не учитывает в силу следующих предположений:

- подкомплекс рассматривается при таком подходе как совокупность действующих одинаковым образом хозяйствующих субъектов;
- существует предположение об осведомленности лица, принимающего решение, о потребностях подкомплекса, хотя реально бизнес может быть заинтересован в одних мерах поддержки, в то время как государством

реализуются совершенно другие меры;

– фактор ограничений возможностей бюджета. Государство, в том числе, органы региональной власти, способно консолидировать в своем распоряжении значительные финансовые ресурсы, использоваться они могут, в частности, для поддержки конкурентоспособности определенного подкомплекса [23]. По сравнению с экономическими возможностями конкретного производителя объем доступных региональным властям бюджетных расходов является весьма значительным, но в сравнении с общими объемами экономических ресурсов подкомплекса объем финансовых ресурсов не столь велик. Например, на 2020 г. по целевой программе «Развитие сельского хозяйства Новосибирской области» общий объем государственной поддержки составляет 4 508,125 млн руб. [8], а стоимость активов ООО «СПК» [214] – 5 808,190 млн руб. Показатели вполне сопоставимы.

Это означает, что регулирование мясопродуктового подкомплекса, в том числе использование инструментов повышения конкурентоспособности производителей, особенно с учетом наличия ряда крупнейших компаний, должно основываться на достижении соответствия между стратегиями производителей в подкомплексе и стратегией ее поддержки на региональном уровне.

Характеристика требований к инструментам повышения конкурентоспособности подкомплекса представлена на рисунке 1.4. Инструменты повышения конкурентоспособности подкомплекса должны обеспечивать целенаправленное воздействие на наиболее значимые для подкомплекса аспекты его функционирования, причем объем затрат, которые могут быть осуществлены региональными властями, должен быть сопоставим с объемом расходов, необходимым для решения конкретных проблем подкомплекса [108].

Это означает, что при развитии конкурентоспособности подкомплекса региональные власти могут только создавать условия для более эффективной реализации конкурентных стратегий производителей, устраняя препятствия для

использования ресурсов, необходимых для отраслевого развития.



Рисунок 1.4 – Требования к инструментам повышения конкурентоспособности подкомплекса региона

Составлено автором по [52, 76, 83, 124]

Инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса могут рассматриваться как во взаимосвязи с концепцией создания ценности, так и с концепцией факторов конкурентоспособности подкомплекса.

Концепция факторов конкурентоспособности подкомплекса сформирована М. Портером [78-81] для исследования международной конкурентоспособности, но может быть использована и для повышения конкурентоспособности подкомплекса на региональном уровне.

Модель факторов региональной конкурентоспособности для представлена

на рисунке 1.5.



Рисунок 1.5 – Факторы конкурентоспособности региона

Составлено автором по [78-81]

Данная концепция позволяет уточнить инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Прежде

всего, регион уже обладает определенными ресурсами, причем эти ресурсы способствуют созданию ценности для потребителя (производство мясной продукции). С учетом реального распределения ресурсов, необязательно одни и те же факторы создают конкурентоспособность для подкомплекса в целом, они могут определять специализацию на отдельных составляющих производственной цепочки.

Примером служит ООО «Сибирская продовольственная компания» [214]. Организация размещает производство сырья в Республике Алтай, поскольку климатические факторы там более благоприятны для животноводства, имеется развитая кормовая база (поставки ведутся независимыми хозяйствами, но производитель предполагает создание кормовой базы в рамках вертикальной интеграции бизнеса). Стоимость рабочей силы невелика, а технологические условия не позволяют организовать полный цикл переработки сырья, в то время как необходимые возможности для первичной переработки сырья имеются. Географический фактор в сочетании с транспортной доступностью региона [131, 167] делает привлекательной поставку сырья на перерабатывающее подразделение ООО «Сибирская продовольственная компания», расположенное в Новосибирской области.

Новосибирская область отличается менее благоприятными для мясного животноводства климатическими факторами, кормовая база также менее развита, но имеется доступ к емкому рынку и транспортной инфраструктуре.

География продаж ООО «СПК» определяется, в первую очередь, наличием емкого рынка Новосибирска и возможностью поставки продукции в соседние регионы, поскольку имеется развитая транспортная инфраструктура, а технологии хранения обеспечивают доставку продукции даже в отдаленные регионы. Можно привести также ряд других аспектов, определяющих выбор ООО «Сибирская продовольственная компания». По отношению к рынку Новосибирской области, он представляется вполне обоснованным.

Небольшие производители в регионе не могут воспользоваться теми же преимуществами, что ООО «СПК», поскольку создание бизнеса подобного

масштаба требует значительных вложений, а только при достижении определенного объема переработки сырья подобная стратегия становится рентабельной.

Одновременно большинство небольших производителей в регионе и не стремится к вертикальной интеграции производства, предпочитая стратегию концентрации на конкретном уровне технологической цепочки, даже если такая стратегия не является лучшей с точки зрения конкурентоспособности. Существует целый ряд ограничений, связанных с использованием факторов конкурентоспособности региона в производственном процессе. Например, затруднен вывоз сырья из удаленных районов Новосибирской области (требуется подвижной состав, необходима транспортная инфраструктура), существует актуальная проблема дефицита рабочей силы (молодежь уезжает из сел в город), для развития производства требуются инвестиции [48, 116] (они могут быть привлечены, но стоимость финансовых ресурсов весьма высока).

Крупные производители имеют возможность устранения данных препятствий за счет четко определенной стратегии и наличия значительного экономического потенциала, располагают необходимыми организационными ресурсами и опытом конкуренции. Небольшие производители подобными возможностями не обладают, но это противоречие может быть сглажено в определенных аспектах за счет инструментов повышения конкурентоспособности подкомплекса.

Существует большое количество факторов, снижающих конкурентоспособность производителей в мясопродуктовом подкомплексе региона, а возможности регионального бюджета ограничены, что требует обоснованного выбора аспектов поддержки конкурентоспособности производителей в регионе и осуществления вложений на протяжении длительного периода времени [54, 55].

Если стратегии конкурентоспособности согласованны, а выбор направлений поддержки конкурентоспособности производителей в достаточной мере обоснован, в перспективе создается возможность усиления конкурентных

преимуществ мясопродуктового подкомплекса в целом, а не только отдельных производителей. Представленные положения позволяют уточнить инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

Предлагается рассматривать инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса как средства воздействия государства на наиболее значимые аспекты его функционирования исходя из согласования отраслевой стратегии конкурентоспособности со стратегиями участников подкомплекса, необходимости совершенствования конкурентной стратегии участников, действующих недостаточно рационально, и ограничений по ресурсам регионального бюджета.

Воздействие на стратегии участников подкомплекса, не сформировавших рациональной конкурентной стратегии, обеспечивается методами поощрения, когда региональные власти создают наиболее привлекательные условия для ведения конкурентной борьбы определенным образом. Такой подход обеспечивает одновременное согласование конкурентных стратегий на отраслевом и корпоративном уровнях и лучшее использование имеющихся ресурсов региона.

Он может быть представлен, во взаимосвязи с созданием ценности и факторы повышения конкурентоспособности региона, в виде рисунка 1.5. Предлагаемый подход к пониманию специфики инструментов повышения конкурентоспособности подкомплекса региона в целом согласуется с существующей практикой регионального управления, но позволяет рассматривать управление на отраслевом уровне исходя из согласования стратегий на корпоративном и отраслевом уровне. Для этого должны создаваться институты выработки совместных решений. Данные институты сами по себе никакого эффекта для повышения конкурентоспособности подкомплекса не дают, поскольку только обеспечивают обмен информацией и согласование стратегий, но, если они отсутствуют, возникает ситуация несоответствия мер поддержки подкомплекса интересам бизнеса.

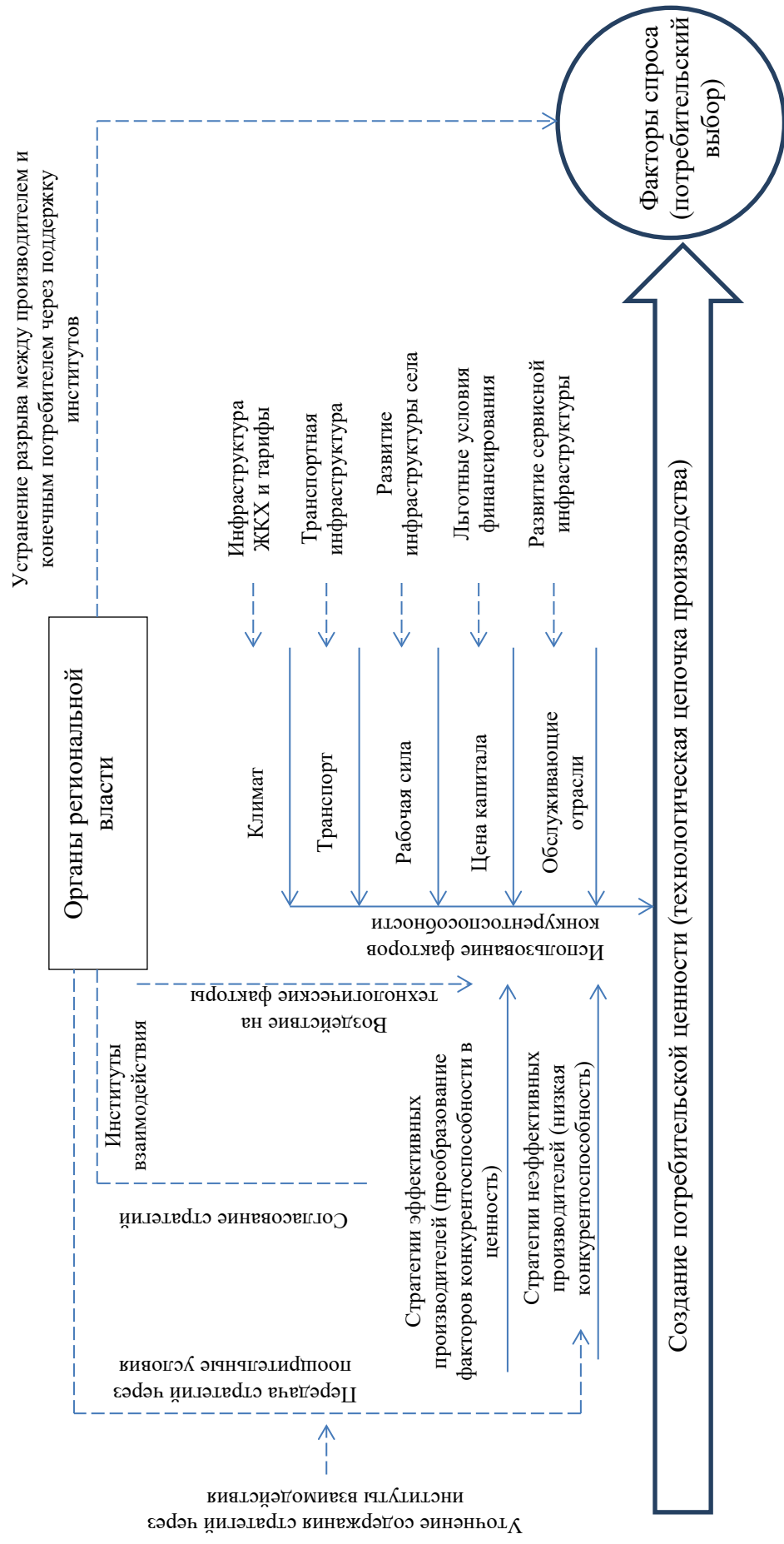


Рисунок 1.5 – Инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона

Составлено автором по [75, 84, 93, 127, 192]

Институты, представляя собой относительно устойчивые организационные и экономические связи, могут способствовать не только согласованию стратегий и повышения конкурентоспособности на стратегическом уровне недостаточно эффективно действующих участников рынка, но и устранению разрыва (невозможность довести продукцию) между производителем и конечным потребителем. Этот разрыв составляет одно из ключевых противоречий в мясопродуктовом подкомплексе, причем институциональный подход позволяет судить о возможности использования разнообразных вариантов при достижении данной стратегической цели, что важно с учетом различий в специфике и масштабах бизнеса различных групп участников [17, 92].

В мясопродуктовом подкомплексе наиболее крупные перерабатывающие предприятия напрямую взаимодействуют с торговыми сетями и создают фирменную торговую сеть, но ни один из этих вариантов не подходит для небольших производителей. Экономические возможности, даже с учетом мер региональной поддержки, не позволяют реализовать полноценную «интеграцию вперед» с охватом переработки и доведения продукции до потребителей, но создание института коллективной переработки и управления продажами возможно, причем именно при поддержке региональных властей. Коллективная переработка организуется несколькими небольшими производителями, каждый из которых поставляет сырье. Это только один из вариантов институционального взаимодействия производителей сырья с конечными потребителями.

Данный вариант более привлекателен, чем существующее положение на рынке, при котором низкая рентабельность не позволяет производителям сырья осуществлять вложения в технологии и развивать производство [49, 68]. Следует учитывать и технологические факторы, поскольку ряд современных технологий делает потребителей более доступными для небольших поставщиков, но только при условии поддержки со стороны региональных властей, создании инфраструктуры, обеспечивающей фактическое доведение продукции до конечных потребителей.

Практический аспект использования инструментов, предназначенных для развития конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, связан с практикой, сформировавшейся в различных странах. Поскольку большинство государств стремятся к достижению продовольственной безопасности, а значит, поддерживают национальных производителей, сегодня сформировался единый подход к классификации инструментов, направленных на усиление конкурентных позиций мясопродуктового подкомплекса. Эти инструменты имеют международный характер, устанавливаются на государственном уровне, но, за исключением барьеров внешней торговли, могут применяться на уровне регионов. Классификация используемых на практике инструментов повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса представлена на рисунке 1.6.

Перечень мер поддержки мясопродуктового подкомплекса регулируется «Соглашением по сельскому хозяйству» Приложения 2 к ГАТТ [2]. Меры поддержки включают в себя условия допуска, внутреннюю поддержку производителей и инструменты повышения конкурентоспособности экспорта [57, 176]. Только часть этих мер может быть отнесена к решениям регионального уровня. Все решения по таможенному тарифу, согласно ч. 1 ст. 8 Конституции РФ [1], устанавливаются на федеральном уровне, они согласуются с ГАТТ и ст. 32 Договора о ЕАЭС [3].

Регионы могут использовать в качестве способов развития конкурентных преимуществ производителей в мясопродуктовом подкомплексе меры «зеленой корзины» (за исключением чрезвычайных компенсаций), «желтой корзины» (кроме интервенций), а также иные меры сервисной и финансовой поддержки. Все инструменты повышения конкурентоспособности можно разделить на способы защиты рынка (в этом случае реального повышения конкурентоспособности не происходит, поскольку ограничивается предложение других производителей, на условия доступа к потребителям такие меры не влияют) и инструменты, непосредственно влияющие на конкурентоспособность производителей мясной продукции.



Рисунок 1.6 – Инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Составлено автором по [2, 151, 165, 171, 172, 174]

Поскольку конкурентоспособность понимается как результат взаимодействия института производителей с потребительским рынком, рассматривать следует инструменты поддержки конкурентоспособности, а не защитные меры. По механизмам действия они делятся на принятие регионом на себя части затрат, которые в обычных условиях должны нести производители мясной продукции (отдельные виды услуг или финансирование), и инструменты коллективной поддержки, когда создается институт, способствующий повышению отдельных аспектов конкурентоспособности производителей.

Соотношение участия различных уровней власти в использовании мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса важно с практической точки зрения, поскольку выработка единых мер позволяет результативнее согласовывать позиции всех отраслей в регионах по отношению к внешнему рынку, но региональная модель поддержки способствует более эффективному использованию факторов конкурентоспособности региона.

За рубежом сложилась различная практика использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Условно, можно выделить региональную, смешанную и децентрализованную модели. Различаются они не только по характеру участия в поддержке производителей мясной продукции, но и по используемым мерам.

Характеристика различных моделей повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса представлена на рисунке 1.7. Для США характерна децентрализованная модель повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, поскольку в каждом штате существуют отдельные законы, помимо прочего, животноводство является профилем специализации только некоторых штатов. Условия конкуренции и факторы конкурентоспособности каждого штата различаются, поэтому использование единого набора мер поддержки конкурентоспособности было бы неэффективным. Подобным же образом распределено использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в провинциях Канады.



Рисунок 1.7 – Модели использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Составлено автором по [56, 96, 141, 183, 186, 221, 228]

На федеральном уровне организуется офис, отвечающий за меры поддержки федерального уровня (в США это Минсельхоз), а на уровне штатов могут создаваться самые различные структуры поддержки или не создаваться вовсе, при этом производители получают поддержку от частных компаний,

которым в последующем компенсируются затраты. Стандарты использования мер поддержки конкурентоспособности являются общими, но услуги, обеспечивающие конкурентоспособность производителей, предоставляются децентрализованно через институты частного бизнеса [152, 181, 198]. Именно поэтому сама модель является децентрализованной. Услуги включают в себя обслуживание потребностей мясопродуктового подкомплекса и исследования. Характеристика основных мер поддержки мясопродуктового подкомплекса США представлена на рисунке 1.8.

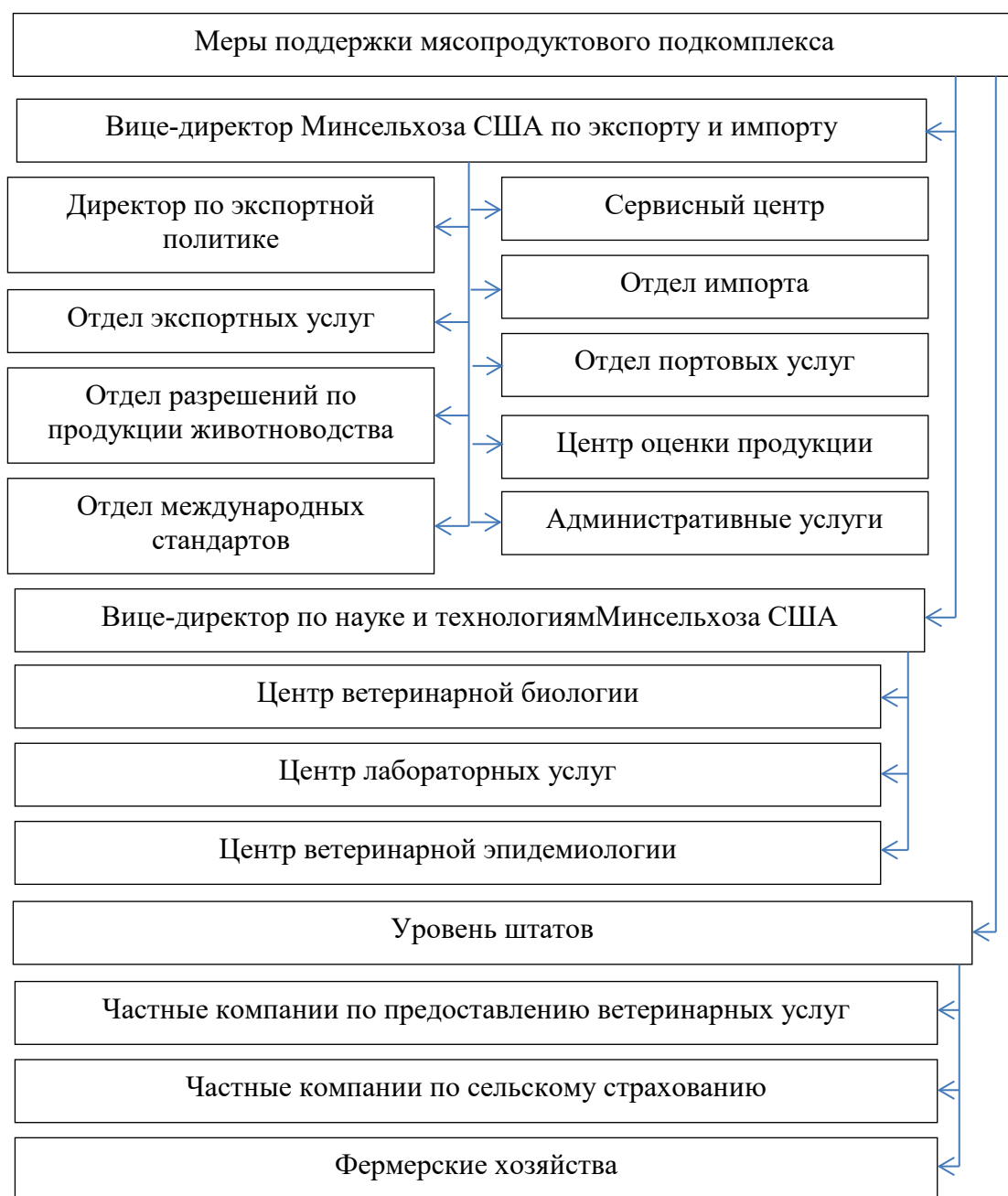


Рисунок 1.8 – Меры поддержки мясопродуктового подкомплекса в США

Составлено автором по [141, 221, 228]

Федеральный уровень предоставления услуг для сельского хозяйства связан с участием производителей в международной торговле, это услуги, необходимые для экспорта, в том числе для получения ветеринарных свидетельств на продукцию и организации доставки (портовые услуги) [221]. На федеральном уровне проводятся научные исследования и создаются разработки для мясопродуктового подкомплекса, но непосредственно исследовательские проекты реализуются на уровне отдельных штатов. Различия в мерах поддержки определяются климатическими факторами и организацией рынков мясной продукции в различных регионах США [141]. На территориальном уровне услуги предоставляются частными компаниями, это услуги в области ветеринарии (позволяют, в том числе, использовать результаты исследований и разработок при федеральной поддержке) и страхование производителей. Хотя, как и в других странах, в США предусмотрена возможность введения запретов и ограничений при чрезвычайных ситуациях, основным способом поддержки производителей в этой ситуации оказывается страхование, осуществляемое частными компаниями, но на льготных условиях [228]. Децентрализованная модель приближена к рыночной конкуренции, поскольку прямые меры поддержки, включая льготное финансирование, практически отсутствуют. Имеется большое количество небольших производителей, которые пользуются услугами, необходимыми для производства мясной продукции, что повышает их конкурентоспособность.

Особенность децентрализованной модели состоит в отсутствии каких-либо мер, направленных на обеспечение взаимодействия производителей с рынком, поскольку в США и Канаде действует весьма эффективное законодательство о защите конкуренции. Любой фермер имеет возможность поставить продукцию в супермаркет или перерабатывающей компании по разумной цене и на приемлемых условиях. Необходимости в дополнительных мерах поддержки просто не существует.

Региональная модель характерна для стран ЕС, где действуют Единые меры защиты европейского рынка. Сегодня ключевым элементом этих мер

служит установление технических требований, в основном касающихся соответствия продукции мясопродуктового подкомплекса высоким экологическим стандартам. Поддержка носит финансовый характер, поскольку связана со значительными компенсациями фермерам за выполнение этих требований (41,74 млрд евро при общем фонде поддержки 58,82 млрд евро в 2018 г.) [233].

Защитные меры не признаются способом повышения конкурентоспособности производителей, поскольку направлены они не на создание реальных конкурентных преимуществ, а только на ограничение конкуренции, кроме того, вводятся они на уровне ЕС в целом, а на уровне отдельных регионов используется непосредственная поддержка конкурентоспособности производителей [110]. Это в основном сервисные меры. Их характеристика представлена на рисунке 1.9.

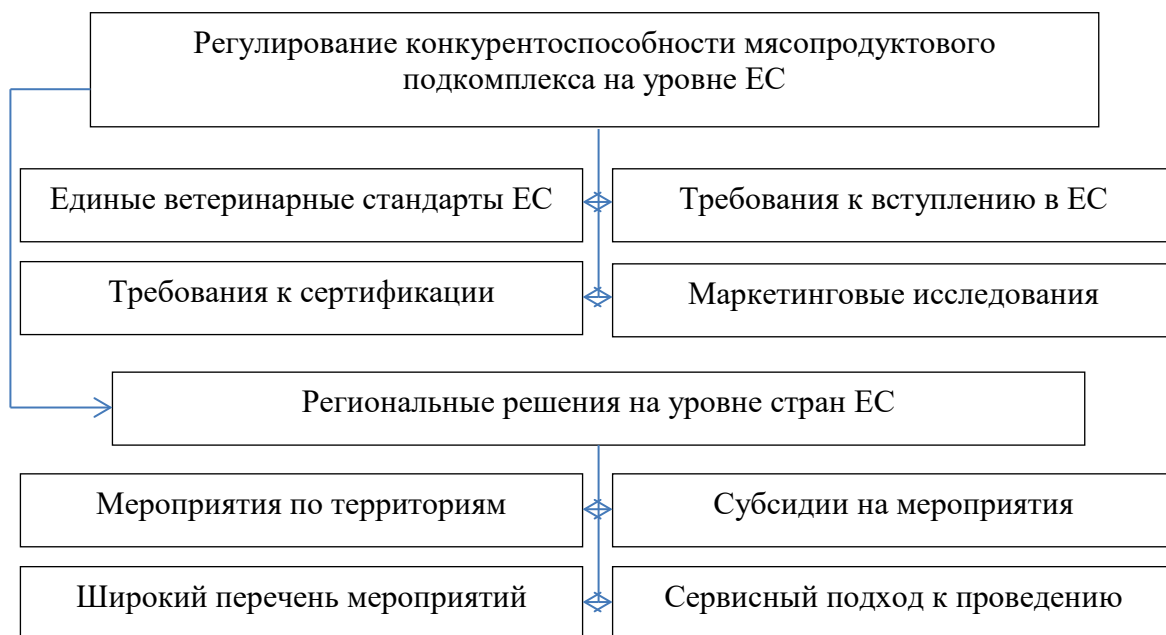


Рисунок 1.9 – Меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплексов в странах ЕС

Составлено автором по [110, 155-157, 179, 222, 226, 233]

Хотя значительная часть мер поддержки носит финансовый характер, финансирование (за исключением субсидий за выполнение технических требований) является косвенным, поскольку покрываются расходы на отдельные

услуги. Именно поэтому модель признается сервисной. На уровне ЕС услуги оказываются только в плане маркетинговых исследований. Это весьма важный элемент повышения конкурентоспособности производителей в мясопродуктовом подкомплексе, поскольку, в отличие от США, где имеется большое количество небольших производителей и существует развитый сегмент «фермерской продукции» (готовая продукция, полуфабрикаты, сырое мясо и субпродукты, производимые одной фермой), в ЕС, как и в России, существует разрыв между производителем сырья и рынком.

Маркетинговые исследования как особая услуга, необходимая для повышения конкурентоспособности производителей в мясопродуктовом подкомплексе, обеспечивают более эффективное приспособление производителей к рынку с точки зрения ассортимента готовой продукции и распределения сырья по регионам. Поскольку расстояния перевозки небольшие, имеется возможность оперативной организации поставок мясной продукции в другие страны. Маркетинговые исследования дополняются ценовыми обзорами, что позволяет производителям более взвешенно подходить к вопросам управления рентабельностью производства [226].

При сравнительно небольшой площади территорий наиболее удобным способом организации обслуживания многочисленных небольших производителей является создание сервисных организаций, предлагающих весь спектр необходимых производителям услуг. В основном это услуги в области ветеринарии, поскольку в ЕС еще больше, чем в США, уделяется внимание использованию современных технологий животноводства. Сервисные центры предоставляют не только ветеринарные услуги, но и множество других (логистика, переработка, хранение, разработка комплексных решений) [222].

С организационно-технической точки зрения можно отметить такой аспект региональной модели, как разработка комплексного решения, когда проводится исследование природных условий конкретного хозяйства [77], особенностей технологического цикла выращивания и разрабатываются решения (оборудование, способы выращивания), обеспечивающие наибольшую

продуктивность.

В развитых странах существуют институты согласования стратегий бизнеса и региональных властей, они действуют не в рамках повышения конкурентоспособности сельского хозяйства, а как часть поддержки малого бизнеса. В США существуют Администрация малого бизнеса [231] и Отдел адвокатуры [230]. В ЕС действуют единые правила поддержки малого бизнеса, предусматривающие необходимость участия объединений представителей различных отраслей, в разработке правил по совершенствованию мер поддержки [232].

Институты согласования интересов небольших производителей с региональными властями выступают одним из мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, поскольку достигается определенность относительно предпочтительных для производителей мер поддержки.

В Китае модель поддержки производителей мясной продукции является смешанной, представлен как федеральный, так и региональный уровень. На федеральном уровне устанавливаются запреты и ограничения, связанные с импортом мясной продукции, также они вводятся на уровне отдельных провинций. Следует учитывать, что Китай является крайне неблагополучной страной по ветеринарно-санитарным требованиям, что ведет к регулярным спадам в производстве мясной продукции [234].

Меры поддержки конкурентоспособности производителей мясной продукции на китайском рынке представлены на рисунке 1.10. Хотя китайская экономика, включая мясопродуктовый подкомплекс, развивается по пятилетним планам, меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса наиболее приближены к рыночным, поскольку на федеральном уровне разрабатываются в основном технические стандарты. Их значение весьма велико, поскольку в Китае используются технологии выращивания, не всегда безопасные для потребителей.



Рисунок 1.10 – Меры поддержки конкурентоспособности производителей мясной продукции на китайском рынке

Составлено автором по [197, 223, 224, 227, 229]

Одновременно последовательное введение Китаем международных стандартов качества мясной продукции ведет к росту скрытых издержек для небольших производителей [225].

Технические стандарты и временные запреты вводятся Минсельхозом Китая [227], а технологическая поддержка осуществляется на уровне провинций, ее основное значение связано со снижением стоимости производства мясной продукции. Стоимость сравнительно невелика, но в условиях перехода к международным стандартам возрастает, поэтому и требуется поддержать производителей. Причем правительство практически не прибегает к субсидиям, поскольку внутренние цены на мясную продукцию в Китае весьма велики и гарантируют рентабельность производителям, но не обеспечивают развитие потребительского рынка.

Специфика модели повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Китае определяется преобразованиями в региональной экономике, поскольку с 2016 г. реализуется «промышленная» модель развития мясопродуктового подкомплекса, связанная с созданием крупных ферм. Сегодня китайская компания WH Group (бывшая Shineway) является крупнейшим в мире

производителем свинины, существует еще множество крупных производителей, но практически все они действуют в южных провинциях [224].

В северных провинциях производство по-прежнему обеспечивается небольшими хозяйствами, защита которых обеспечивается региональными властями (в основном централизованные закупки и сбыт). Власти ряда провинций с учетом требований технических стандартов также создают промышленные зоны, специально предназначенные для развития мясного животноводства. В этих промышленных зонах организуется инфраструктура для производства мясной продукции, связанная, главным образом, с вывозом сырья и организацией хранения, стало также уделяться внимание развитию ветеринарии и технологий производства мяса.

Конкурентоспособность китайской мясопродуктового подкомплекса обеспечивается не только крупнейшими производителями, но и ассоциациями участников мясопродуктового подкомплекса, способными выражать интересы небольших хозяйств. Наиболее крупным объединением является Китайская ассоциация производителей животноводческой продукции [229].

С 2019 г. эта ассоциация участвует в Международном круглом столе производителей говядины. Интересы китайских производителей ориентированы на обеспечение устойчивости в развитии мясопродуктового подкомплекса Китая, в международных обсуждениях участвуют, в том числе, представители небольших хозяйств [223].

Опыт Китая показывает возможность поддержки конкурентоспособности производителей за счет снижения административных барьеров и установления минимальных требований к производителям мясопродуктового подкомплекса, поскольку это обеспечило существенное увеличение объемов производства продукции в подкомплексе, но крайне существенным отрицательным последствием подобного подхода выступает отсутствие гарантий безопасности мясной продукции для потребителей. Положительным следует считать опыт Китая в области продвижения интересов мясопродуктового подкомплекса благодаря объединениям производителей.

Таким образом, уточнены инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Предлагается рассматривать инструменты повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса как средства воздействия государства на наиболее значимые аспекты его функционирования исходя из согласования отраслевой стратегии конкурентоспособности со стратегиями участников подкомплекса, необходимости совершенствования конкурентной стратегии участников, действующих недостаточно рационально, и ограничений по ресурсам регионального бюджета. Воздействие на стратегии участников подкомплекса, не сформировавших рациональной конкурентной стратегии, обеспечивается методами поощрения, когда региональные власти создают наиболее привлекательные условия для ведения конкурентной борьбы определенным образом. Обзор практики использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса за рубежом позволил выделить ряд значимых особенностей:

- независимо от модели использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса существует определенный перечень бесплатных услуг, оказываемых производителям мясной продукции, но наиболее широким он является в региональной модели, поскольку позволяет лучшим образом использовать факторы конкурентоспособности подкомплекса конкретного региона;

- финансовая поддержка осуществляется в форме покрытия затрат на оказание бесплатных услуг, эти услуги предоставляются в комплексе, оказывают их частные компании, пользующиеся финансовой поддержкой государства. Хотя в странах ЕС значительная часть объема финансовой поддержки приходится на субсидии производителям, это, прежде всего, компенсации за выполнение технических требований;

- технологическая поддержка рассматривается как один из аспектов повышения конкурентоспособности подкомплекса, но направления различаются в зависимости от модели поддержки производителей мясной продукции;

– большинство производителей мясной продукции за рубежом не сталкиваются с проблемами взаимодействия с конечными покупателями, что обеспечивает экономическую эффективность формирования цен, тем самым гарантируя рентабельность производства. Действуют институты, обеспечивающие согласование интересов производителей мясной продукции и властей, в развитых странах эти институты выступают способом поддержки малого бизнеса. Могут создаваться также ассоциации производителей мясной продукции.

1.3 Особенности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области

Одной из основных характеристик подкомплекса выступают его границы, не является исключением и мясопродуктовый подкомплекс региона. Подкомплекс создает конкурирующие между собой или находящиеся в других отношениях, но одинаково ориентированные на результат в виде удовлетворения потребительского спроса производители, взаимодействующие через различные институты, а некоторые и напрямую с потребителями. Складывающиеся в ходе производства продукции, ее доведения до потребителя и непосредственно потребления экономические связи позволяют определить границы подкомплекса как единого экономического института. Он может рассматриваться в статическом аспекте как взаимодействующие между собой институты отдельного рынка, в этом случае его представляет структурная модель, в которой уже созданная одним институтом продукция доводится до другого института, при этом контакты основных институтов обеспечиваются вспомогательными участниками. Рыночные отношения, складывающиеся при производстве мясной продукции, отличаются от большинства других отраслей экономики, требуя описания не только в виде структурной модели участников, но и с использованием динамических характеристик.

Эти характеристики проявляются в процессе производственной

деятельности и во времени, причем производственные отношения, описывающие границы мясопродуктового подкомплекса, одновременно отражают процесс начального создания потребительской ценности – от выращивания молодняка и далее по цепочке технологического цикла, завершающейся продажей товара потребителю. Дополнительной особенностью мясопродуктового подкомплекса является отсутствие такого параметра, как последующая оценка, характерная для большинства сфер производства товаров длительного использования и складывающаяся в результате эксплуатации и сервисного обслуживания товара. В производстве мясной продукции такой оценки нет, поэтому динамическая составляющая подкомплекса на региональном уровне определяется только созданием ценности и доведением товара как выражающего ее носителя до конечного пользователя.

Составляющие описательного исследования границ подкомплекса представлены на рисунке 1.11.

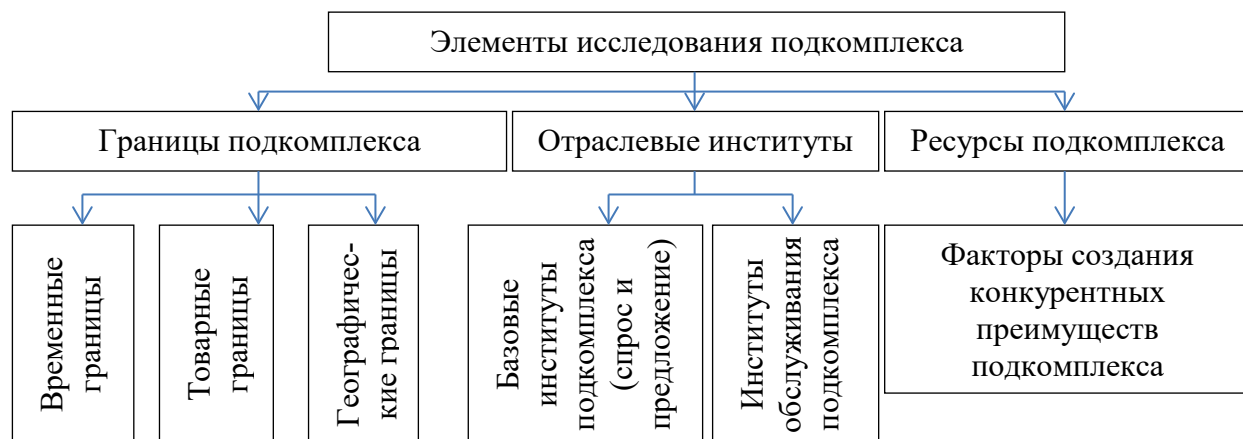


Рисунок 1.11 – Элементы описательного исследования границ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [6, 27, 62, 74, 111, 146, 177]

Рассматривая отраслевые границы, следует учитывать структурные преобразования в экономике мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, складывающиеся под влиянием развития производственных отношений, становления рыночных институтов и повышения эффективности поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса как практического выражения накопленного опыта региональных властей в данной

сфере.

Для наглядности содержание анализа временных границ может быть представлено в виде рисунка 1.12.

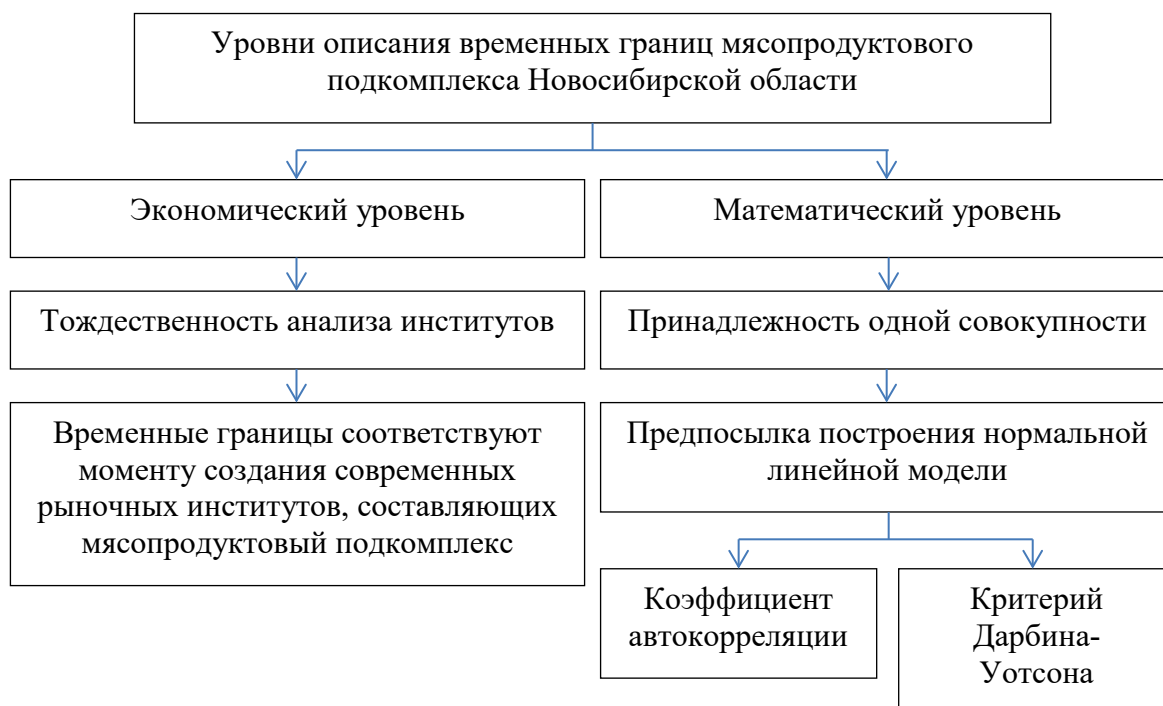


Рисунок 1.12 – Уровни описания временных границ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [6, 27, 62, 74, 111, 146, 177]

Временные границы рынка определяются моментом начала его современного функционирования, с учетом складывающихся институтов, поэтому, если принимать в расчетах и при описании подкомплекса рынок в пределах существующих временных границ, это означает, что все параметры, описывающие состояние институтов рынка, относятся к одной совокупности (H_0). Если это не так (H_1), то, выбрав более широкий диапазон переменных, можно провести исследование, не имеющее практического значения в силу описания им экономических условий, уже не соответствующих современному состоянию мясопродуктового подкомплекса региона (ошибка второго рода). Напротив, выбрав необоснованно короткий промежуток времени, можно исключить данные, на самом деле описывающие состояние исследуемого объекта (ошибка первого рода).

Иначе говоря, для обоснованного описания состояния мясопродуктового

подкомплекса Новосибирской области и последующего перехода к построению модели необходимо определить временные границы, соответствующие периоду существования данного рынка в современном варианте. Это важно с экономической точки зрения, поскольку описываться должны именно существующие институты, но в полном объеме. Важно это с математической точки зрения, иначе допускается ошибка в расчетах.

Ошибка в расчетах соответствует нарушению четвертого условия построения нормальной линейной модели. Перечень этих условий сформирован в теории эконометрики. Хотя выполнение этих данных может оцениваться и после построения модели, описывающей зависимости в мясопродуктовом подкомплексе и (лучшим вариантом является использование F-критерия Фишера для модели и t-критерия Стьюдента для переменных), но, при наличии возможности, желательно также оценить достоверность исходных данных. Это важно, в том числе, для описания временных границ подкомплекса с экономической точки зрения.

Используются коэффициент автокорреляции первого и второго уровней. В расчетах используются коэффициенты автокорреляции первого и второго порядков. Если значение коэффициента первого порядка больше коэффициента второго порядка, имеется тенденция. Если больше значение коэффициента второго порядка, имеются циклические колебания в развитии исследуемого явления. При отсутствии значимости (H_1) делается вывод о принадлежности данных к различным выборкам.

Расчет критерия Дарбина-Уотсона только уточняет эту зависимость, смысл показателя заключается в исследовании автокорреляции исследуемого параметра с помощью критерия ошибки, предельное значение которого свидетельствует о наличии автокорреляции (H_1). При анализе состояния мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области автокорреляция рассматривается как принадлежность к различным выборочным совокупностям. Это обосновывается смыслом критерия Дарбина-Уотсона, в соответствии с которым предполагается, что остатки для каждого периода t являются

независимыми. Иначе говоря, явление (конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса) развивается под влиянием внешних факторов, не будучи независимым. Если бы это условие выполнялось, очевидно, использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса было бы лишено смысла. Поэтому дополнительно оценивается наличие взаимосвязи показателя конкурентоспособности подкомплекса с институциональными факторами, а также использованием мерподдержки конкурентоспособности региона через воздействие государства на контролируемые институциональные факторы.

Исходные данные для предварительного анализа временных границ рынка представлены в таблице 1.6.

Таблица 1.6 – Предварительные данные для расчета временных границ рынка мясной продукции Новосибирской области за 2005-2019 гг.

Год	Производственный метод, млн руб.	Индексы производства продукции, %	Рыночный метод (текущие цены), млн руб.	Рыночный метод (цены 2004 г.), млн руб.
2005	5726	98,5	6770	6316
2006	6033	96,5	6855	5948
2007	8218	105	9044	6263
2008	10536	105,9	12865	8695
2009	10544	103,6	13264	8792
2010	16354	100,6	18564	10085
2011	12917	106,5	17985	9442
2012	15550	97,8	19204	9779
2013	17232	94,6	22223	10412
2014	20338	103,5	25447	10786
2015	20526	98,9	25290	10259
2016	22732	102,3	26730	10336
2017	22451	103,1	23874	8752
2018	30528	100,6	24475	8649
2019	30286	102,7	26609	10129

Составлено автором по [6, 213]

Для расчета показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (у) производственным способом использованы данные об отгрузке продукции собственного производства, рыночные показатели основываются на выручке. Расчет в постоянных ценах ведется на основе данных

об индексах цен производителей мясной продукции. Учитываются только показатели по мясной продукции в соответствии с ГОСТ Р 52427-2005 [6], в состав подкомплекса не включаются мясо птицы и произведенная из нее продукция. Эти условия определяют товарные границы мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области [27, 62, 74, 111, 146, 177].

Оценивая данные за 2005-2019 гг., можно сделать вывод, что автокорреляция отсутствует только при расчете параметров конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса индексным способом [86], но в этом случае следует принимать во внимание округление данных, поскольку сравнительно небольшая разрядность показателей увеличивает дисперсию переменных. В отношении оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области производственным способом имеется цикличность, в остальных случаях существует только тенденция. Значение критерия Дарбина-Уотсона свидетельствует об отсутствии автокорреляции, хотя и не выполняется условие оптимальности выборки, но не выполняется оно и при других вариантах расчета временных границ рынка.

Оценки за 2008-2019 гг. свидетельствуют об отсутствии автокорреляции в отношении индексного и рыночного методов при условии, что рыночная оценка проводится в постоянных ценах. В других случаях существует автокорреляция. Данные 2014-2019 гг. свидетельствуют о наличии автокорреляции только в отношении оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с использованием производственных показателей.

Полученные результаты позволяют сделать следующие выводы:

– данные за 2005-2019 гг. не описывают состояние конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, поскольку в этот период происходило активное восстановление экономики региона, в том числе сельского хозяйства, после кризиса, связанного с последствиями рыночных реформ. Не были сформированы многие институты, определяющие современное функционирование мясопродуктового подкомплекса. Следовательно, период 2005-2019 гг. не может использоваться в качестве временных границ

подкомплекса;

– данные за 2008-2019 гг. описывают конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса, но только если показатели приводятся в постоянных ценах, поскольку охватывают периоды экономических кризисов 2008-2009 и 2014-2016 гг. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса определяется эффективностью удовлетворения потребительских запросов, а уровень цен в эти периоды возрастал весьма существенно. Поэтому расчет показателей конкурентоспособности в постоянных ценах является наиболее обоснованным;

– расчет показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса на основе производственного метода не позволяет оценить реальное состояние подкомплекса, поскольку этот показатель в большей мере определяется не взаимосвязью развития подкомплекса с воздействием внешних факторов, а циклами. Следовательно, этот параметр не учитывает влияния институтов и для построения модели использоваться не может;

– в дальнейших расчетах не используется также показатель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в текущих ценах. Хотя он описывает ее развитие в 2014-2019 гг. и как следствие, позволяет учесть использование поддержки конкурентных преимуществ в условиях замещения импорта и наращивания производства российскими компаниями, в расчетах принимается не реальное увеличение объемов выпуска, а фактор роста цен. Между тем именно высокая стоимость продукции мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области выступает одним из ее недостатков, следовательно, показатель конкурентоспособности, оцененный с использованием рыночного способа в текущих ценах, также не используется в дальнейших расчетах.

На рисунке 1.13 представлена организационно-экономическая модель мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

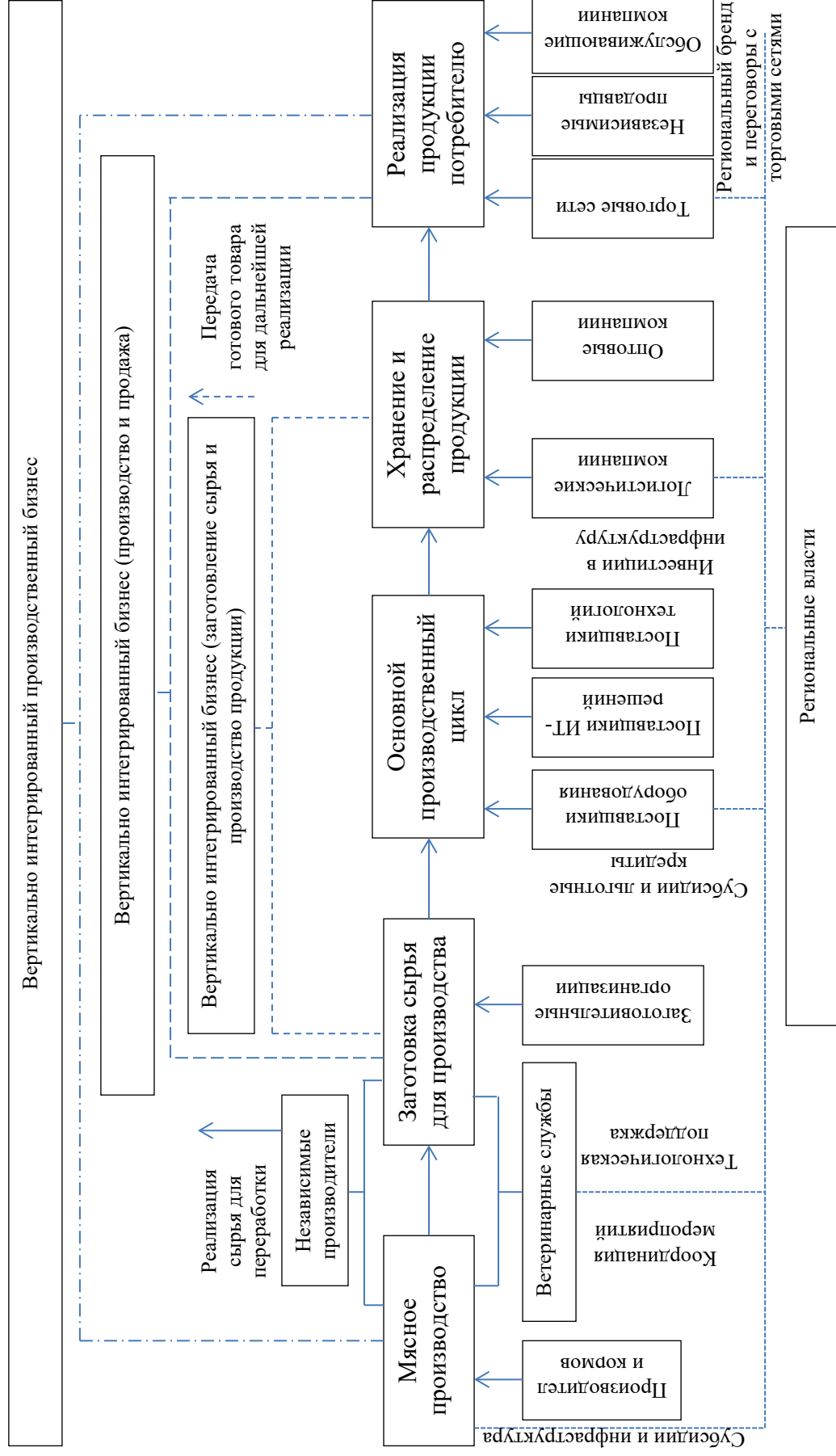


Рисунок 1.13 – Организационно-экономическая модель мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области (аспект создания конкурентных преимуществ)

Составлено автором по [78-81, 94, 99, 102, 143, 148, 150]

Оценка параметров конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области для построения временных границ рынка позволяет сделать вывод о предпочтительном использовании показателей конкурентоспособности в постоянных ценах за 2008-2019 гг., поскольку в этот период уже действовали основные институты, определяющие современное состояние конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области. Расчет в постоянных ценах позволяет учесть реальную конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса. С точки зрения товарных границ учитываются показатели производства мяса и мясной продукции без мяса птицы, географические границы рынка соответствуют границам Новосибирской области.

Рассматривая мясопродуктового подкомплекс Новосибирской области, в структурном аспекте можно выделить четыре основных института, по-разному участвующих в создании потребительской ценности (аспект конкурентоспособности подкомплекса). Институт производителей обеспечивает создание продукции, хотя взаимодействовать с конечным потребителем они могут различными способами. Значительная часть сырья приходится на независимых производителей (ОАО «Мясокомбинат Чистоозерный», ООО «Тогучинский свинокомплекс», ООО «Мясокомбинат Венгеровский»). Это крупные или средние хозяйства, а также животноводческие комплексы, производящие только мясо, в последующем реализующие его производителям мясной продукции либо доводящие сырье до конечных потребителей с участием других институтов (оптовые компании и торговые сети). Организации, специализирующиеся только на доведении сырья до потребителей (ООО «Крестьянское подворье», ООО «Сибирское мясо») к институту производителей мясной продукции не относятся.

Участие независимых производителей в создании потребительской ценности завершается на этапе заготовки сырья, с этого момента в конкурентные отношения могут вступать вертикально интегрированные участники рынка, специализирующиеся только на производстве или на производстве и сбыте

продукции мясопродуктового подкомплекса.

Наиболее крупным участником рынка, специализирующимся на производстве мясной продукции и при этом развивающим фирменную торговую сеть, является ООО «Торговая площадь». Примером участников рынка, занимающихся только производством готовой продукции, являются ООО «Тайга», ООО «Мясной НСК», ООО «Добрич» и ЗАО «Татарское». Основная роль этих участников производственных отношений связана с переработкой мясной продукции, кроме того, они создают бренды, также имеющие значение для повышения конкурентоспособности производителей мясной продукции [29].

Наибольшую часть потребительской ценности в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области играют крупные вертикально интегрированные компании, сочетающие функции производства сырья с его переработкой и доведением до конечных потребителей. Наиболее известным участником рынка является ООО «СПК», а среди независимых производителей следует отметить, например, ООО «Брюкке», ИП Волкова, ООО «Белорусские продукты» и ПАО «Кудряшовский мясокомбинат». Все эти компании, кроме ООО «Белорусские продукты», выстраивали стратегию интеграции начиная с производителя сырья, затем стали развивать фирменную торговую сеть и создавать бренд.

Другим институтом являются вспомогательные отрасли, отличающиеся разнообразием ролей в создании потребительской ценности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Их описание представлено в таблице 1.7. Таблица 1.7 – Вспомогательные институты как институт развития мясопродуктового подкомплекса

Группа участников	Роль в развитии мясопродуктового подкомплекса
1	2
Производители кормов	Организации, занимающиеся производством кормов для животноводства на территории Новосибирской области или поставляющие их из других регионов
Заготовительные организации	Организации, обеспечивающие закупку мясного сырья у независимых производителей, в последующем оно доводится до потребителей или

1	2
	поставляется на производство. Примерами служат ООО «ТД Свежели», ООО «ТД Барс», ООО «ПродПрогресс СФО», ООО «Торгсин»
Поставщики оборудования	Организации, специализирующиеся на поставках оборудования для производственных комплексов. Хотя оно требуется и для производства сырья, основная роль поставщиков оборудования связана с обслуживанием производителей готовой продукции
Поставщики ИТ-решений	Основу бизнеса этой группы участников составляет разработка ИТ-решений для производителей мясной продукции, позволяющих более эффективно учитывать и контролировать затраты
Поставщики технологий	Поставщики разнообразных технологических решений – это не всегда только поставщики оборудования. В перспективе в данную группу обслуживающих отраслей могут войти также компании, занимающиеся исследованиями и разработками для мясопродуктового подкомплекса
Логистические компании	Организации, предоставляющие услуги доставки и хранения мясной продукции другим участникам рынка
Оптовые компании	Организации, специализирующиеся на оптовом распределении мясной продукции. Могут заниматься как поставками сырого мяса, так и доводить до розничных торговых сетей продукцию переработки этого сырья
Торговые сети	Торговые сети могут рассматриваться как смежная отрасль. С ней взаимодействуют как производители мясной продукции, так и торговые компании. Торговые сети все более активно ориентируются на прямое взаимодействие с производителями, в том числе мясной продукции, сегодня подобная стратегия недостаточно эффективна из-за организации поставок независимыми производителями
Независимые продавцы	Небольшие торговые организации, занимающиеся продажами мясной продукции потребителям
Обслуживающие компании	Множество различных компаний, обеспечивающих сопровождение продаж мясной продукции, например, организующих рекламу, презентации и мерчендайзинг

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220]

Важнейшую роль в управлении конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области играет региональное правительство, прежде всего, Министерство сельского хозяйства Новосибирской области. Оно взаимодействует с Роспотребнадзором и Управлением ветеринарии. Эти структуры, обеспечивающие соблюдение ветеринарно-санитарных требований к мясной продукции, в частности, на этапе заготовки сырья, действуют, в том числе, через независимые ветеринарные службы. Потенциально этот аспект взаимодействия дает возможность технологической поддержки мясного производства региона [204].

Основная роль регионального правительства в повышении конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса связана с использованием мер поддержки его конкурентных преимуществ. Некоторые из этих способ представлены в модели.

Отдельным институтом являются потребители. Поскольку географические границы рынка определены как Новосибирская область, возможность поставки продукции мясопродуктового подкомплекса в другие регионы, а также экспорта, не рассматривается при описании рынка, но учитывается как фактор повышения конкурентоспособности подкомплекса.

Структурная схема институтов мясопродуктового подкомплекса региона показана на рисунке 1.14.

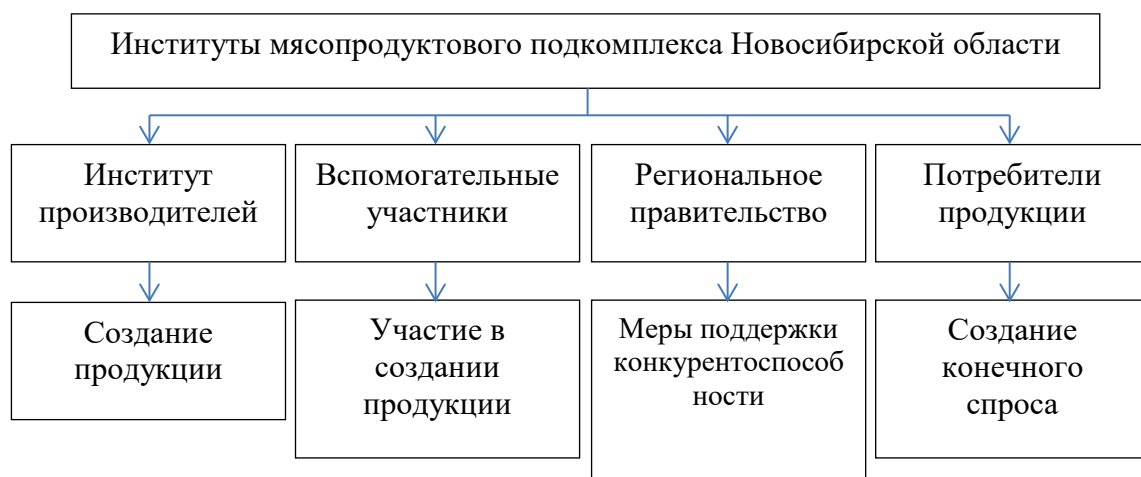


Рисунок 1.14 – Структурная схема институтов мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220]

Институты мясопродуктового подкомплекса представлены производителями, обслуживающими отраслями, региональным правительством и потребителями. Производители непосредственно участвуют в конкуренции, обеспечивая производство сырья, его переработку и доведение готовой продукции до потребителей. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области определяется конкурентоспособностью производителей.

Вспомогательные отрасли участвуют в создании продукции, а также ее

доведении до конечного потребителя. Региональное правительство влияет на формирование конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона, используя различные инструменты повышения конкурентоспособности. Потребители создают конечный спрос на продукцию.

Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области определяется факторами конкурентных преимуществ. Их характеристика представлена на рисунке 1.15.



Рисунок 1.15 – Факторы повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [36, 78-81, 105]

Для мясопродуктового подкомплекса климатические факторы не имеют столь высокого значения, как для растениеводства, поэтому умеренный климат Новосибирской области позволяет развивать животноводство. Большее значение имеет близость к другим регионам и возможность экспорта продукции, чему способствует развитый транспортный комплекс региона [134, 160, 166, 173, 175, 178, 180]. В то же время транспортная сеть развита неравномерно, поставки продукции из удаленных районов Новосибирской области по-прежнему затруднены, что снижает конкурентоспособность производителей. Ресурсы знаний представлены как исследовательскими институтами, так и проектными организациями, занимающимися практическим внедрением результатов исследований и разработок в животноводство, хотя институты взаимодействия производителей с данными участниками рынка сформированы не в полной мере.

Основная характеристика человеческих ресурсов в мясопродуктовом подкомплексе – это сокращение трудового потенциала сельской местности при сохранении высокой квалификации большинства работников, недостатком конкурентных преимуществ многих производителей является низкая производительность труда [42]. В Новосибирской области больше, чем в других регионах, развито кредитование сельского хозяйства, хотя стоимость кредитования выше, чем в развитых странах.

В регионе имеется емкий внутренний рынок мясной продукции, спрос дифференцирован, что составляет основу конкурентных стратегий многих крупных производителей (ООО «СПК» [214], ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» [203]). Спрос различается, что позволяет формировать рыночные сегменты, использование данного фактора конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона лежит в основе конкурентных стратегий ряда производителей, начавших развивать производство, а в последующем создавших фирменную торговую сеть. Ряд независимых производителей в мясопродуктовом подкомплексе по-прежнему не ориентируются на конкретную стратегию создания конкурентных преимуществ, и это один из недостатков конкурентоспособности мясопродуктового

подкомплекса Новосибирской области.

Наибольшее значение в усилении конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области имеют емкий рынок с хорошо дифференцированным спросом [185], позволяющий развивать бизнес не только крупным участникам, но и использовать стратегию производственной интеграции независимым производителям, а также географическое положение, дающее возможность поставлять продукцию в другие регионы и на экспорт. Этот фактор дополняется развитым транспортным комплексом. Недостатками факторов конкурентоспособности региона выступают слабое развитие транспортной инфраструктуры в удаленных районах и неопределенность конкурентных стратегий ряда независимых производителей.

Таким образом, описание рынка позволяет выделить исходные условия реализации инструментов повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с точки зрения особенностей институтов рыночной конкуренции на региональном уровне:

– оценка параметров конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области для построения временных границ рынка позволяет сделать вывод о предпочтительном использовании показателей конкурентоспособности в постоянных ценах за 2008-2019 гг., поскольку в этот период уже действовали основные институты, определяющие современное состояние конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области. Расчет в постоянных ценах позволяет учесть реальную конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса. С точки зрения товарных границ учитываются показатели производства мяса и мясной продукции без мяса птицы, географические границы рынка соответствуют границам Новосибирской области;

– институты мясопродуктового подкомплекса представлены производителями, обслуживающими отраслями, региональным правительством и потребителями. Производители непосредственно участвуют в конкуренции, обеспечивая производство сырья, его переработку и доведение готовой

продукции до потребителей. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области определяется конкурентоспособностью производителей. Вспомогательные отрасли участвуют в создании продукции, а также ее доведении до конечного потребителя. Региональное правительство влияет на формирование конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона, используя различные инструменты повышения конкурентоспособности. Потребители создают конечный спрос на продукцию;

– наибольшее значение в усилении конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области имеют емкий рынок с хорошо дифференцированным спросом, позволяющий развивать бизнес не только крупным участникам, но и использовать стратегию производственной интеграции независимым производителям, а также географическое положение, позволяющее поставлять продукцию в другие регионы и на экспорт. Этот фактор дополняется развитым транспортным комплексом. Недостатками факторов конкурентоспособности региона выступают слабое развитие транспортной инфраструктуры в удаленных районах и неопределенность конкурентных стратегий ряда независимых производителей.

2 ОЦЕНКА СОСТОЯНИЯ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ И ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕР ПОДДЕРЖКИ ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

2.1 Оценка уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Оценка конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяет представить количественные характеристики факторов ее конкурентоспособности, а также результат их объединения производителями как институтом данного подкомплекса. Поскольку использование инструментов повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона направлено только на более эффективное использование этих факторов, роль регионального правительства в развитии конкурентных преимуществ производителей оценивается отдельно.

Количественная оценка конкурентоспособности и конкуренции в подкомплексе создает основу для последующей разработки модели, описывающей взаимосвязь между факторами конкурентоспособности, использованием различных инструментов повышения конкурентоспособности подкомплекса и созданием конкурентных преимуществ производителей. Основу оценки конкурентоспособности и конкуренции составляет характеристика подкомплекса.

Хотя производственные показатели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса не могут использоваться для оценки взаимосвязи с её факторами, данный показатель дает представление об общем состоянии конкурентоспособности.

Основные показатели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, определенные с использованием различных способов его оценки, представлены на рисунке 2.1.

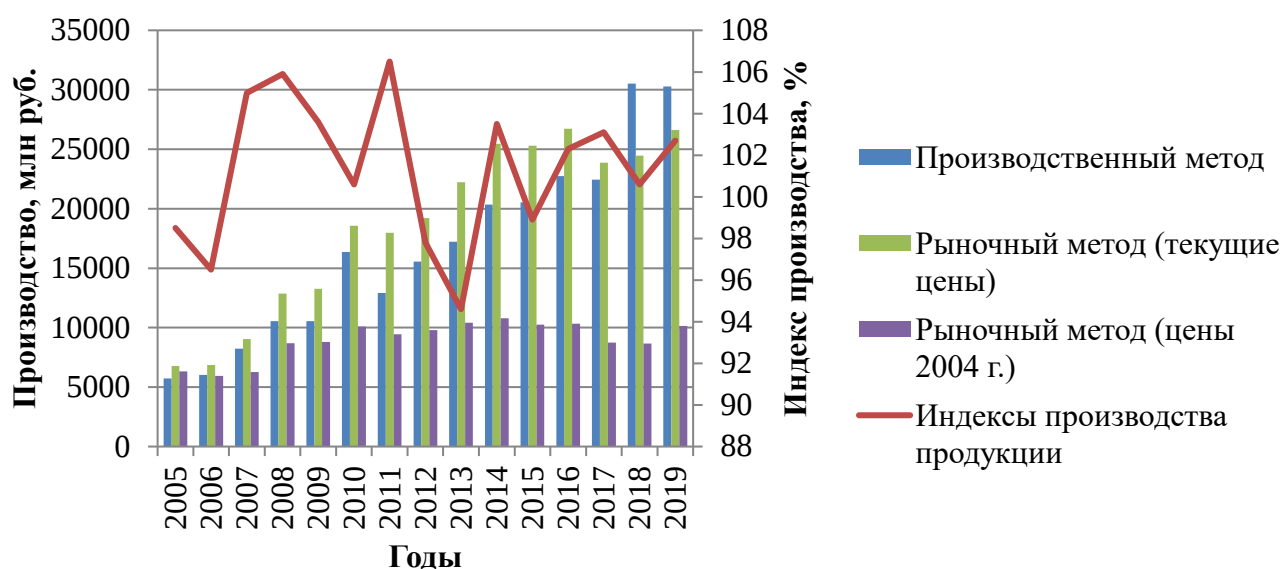


Рисунок 2.1 – Показатели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области (различные способы оценки) за 2005-2019 гг.

Составлено автором по [100, 191, 213]

Развитие мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с точки зрения итоговых показателей может быть разделено на два периода – 2005-2008 и 2008-2019 гг. В 2005-2008 гг. подкомплекс активно развивался за счет восстановления после периода рыночных реформ.

Производство в этот период возрастало, в среднем, на 22,54% в год, продажи увеличивались на 23,87%, в ценах 2004 года они возрастали на 11,24%. За 2005-2008 гг. производство увеличилось на 84,01%, за 2008-2019 гг. его увеличение составило 187,44%.

В текущих ценах продажи участников подкомплекса за 2005-2008 гг. увеличились на 90,05%, за 2008-2019 гг. – на 106,84%. Рост продаж в реальном выражении за 2005-2008 гг. составил 37,66%, а за 2008-2019 гг. они повысились только на 16,49%.

Сравнительно невысокими темпами возрастали и натуральные показатели производства продукции: за 2005-2008 гг. его увеличение составило 5,69%, за 2008-2019 гг. – на 14,55%.

Можно отметить, что развитие показателей конкурентоспособности

мясопродуктового подкомплекса в постоянных ценах существенно ниже показателей в текущих ценах, с точки зрения способности производителей к удовлетворению конечного спроса это свидетельствует о недостаточно высокой конкурентоспособности. Представлено сравнение по этому показателю среди конкурентных регионов Сибирского федерального округа (СФО) на рисунке 2.2.

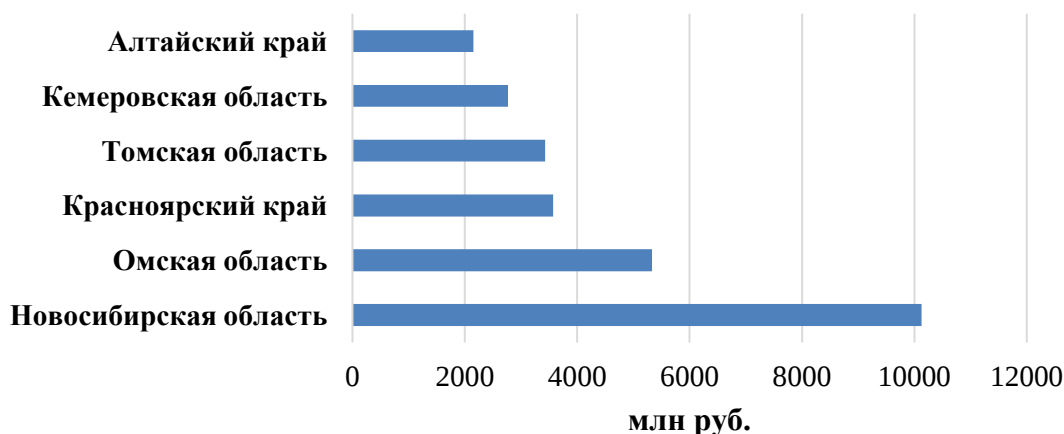


Рисунок 2.2 – Показатель оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса регионов СФО (показатель продаж в постоянных ценах) за 2019 г.

Показатель оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в постоянных ценах рассмотренных регионов СФО значительно ниже аналогичного показателя Новосибирской области.

Показатели динамики развития конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса представлены в таблице 2.1.

Таблица 2.1 – Показатели динамики конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с использованием различных способов ее оценки за 2005-2019 гг., %

Метод оценки конкурентоспособности	Темпы роста		Среднее увеличение в год	
	2005-2008 гг.	2008-2019 гг.	2005-2008 гг.	2008-2019 гг.
Производственный метод	184,01	287,44	122,54	110,07
Индексы производства продукции	105,69	114,55	101,86	101,24
Рыночный метод (текущие цены)	190,05	206,84	123,87	106,84
Рыночный метод (цены 2004 г.)	137,66	116,49	111,24	101,40

Составлено автором по [100, 191, 213]

В 2005-2008 гг. рынок был еще не развит, поэтому большинство компаний, начавших заниматься производственной деятельностью, активно наращивали продажи и увеличивали объемы выпуска. В этот период спрос возрастал быстрее предложения, как следствие, конкуренция в подкомплексе была невелика. В последующем конкуренция возросла, в первую очередь, за счет крупнейших компаний, реализующих стратегию вертикальной интеграции, и повышение конкурентоспособности производителей в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области замедлилось. Все большее влияние на региональный рынок стали оказывать крупнейшие производители, действующие на федеральном уровне, в том числе ПАО «Великолукский мясокомбинат», ЗАО «Микоян» и ряд других производителей.

В 2014-2019 гг. повышение конкурентоспособности обеспечивалось в основном за счет роста цен на продукцию, а реальное увеличение выпуска, и как следствие, реальное усиление конкурентных преимуществ производителей было существенно ниже. За 2014-2019 гг. индекс производства возрос на 11,54%, а продажи в постоянных ценах уменьшились на 6,09%.

Эти различия означают, что, столкнувшись с сокращением платежеспособного спроса, производители стали ориентироваться на экспорт. Действительно, в этот период ряд компаний вышли на рынки Казахстана и Китая, чуть позже начали поставлять продукцию во Вьетнам и ряд других стран. С учетом последствий ослабления рубля экспорт оказался более выгодным по сравнению с поставками продукции на региональный рынок по более низкой цене.

Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса возрастает, но наиболее эффективно производители использовали факторы конкурентных преимуществ Новосибирской области до 2008 г., поскольку конкуренция была невелика, а в последующем они столкнулись с последствиями усиления рыночных позиций крупнейших российских производителей мясной продукции. Эффективно противодействовали им некоторые крупные участники регионального рынка, но в целом повышение конкурентоспособности

замедлилось. В условиях замещения импорта и поддержки сельского хозяйства конкурентоспособность производителей возросла, но, с учетом ослабления рубля, более выгодным стал экспорт продукции, поэтому производство возрастало, а продажи на региональном рынке в постоянных ценах снижались. Это свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса с точки зрения способности удовлетворить запросы потребителей на региональном рынке по разумной цене за счет повышения эффективности управления производственными затратами.

Физические характеристики мясопродуктового подкомплекса с точки зрения климатических факторов оценены быть не могут, но существует возможность оценки численности занятых в подкомплексе (рисунок 2.3). Наибольшая численность работников, участвующих в производстве продукции мясопродуктового подкомплекса, относится к сфере животноводства, что связано с невысокой производительностью труда в данной сфере, а также с созданием значительной части стоимости в мясопродуктовом подкомплексе именно за счет мясного производства.

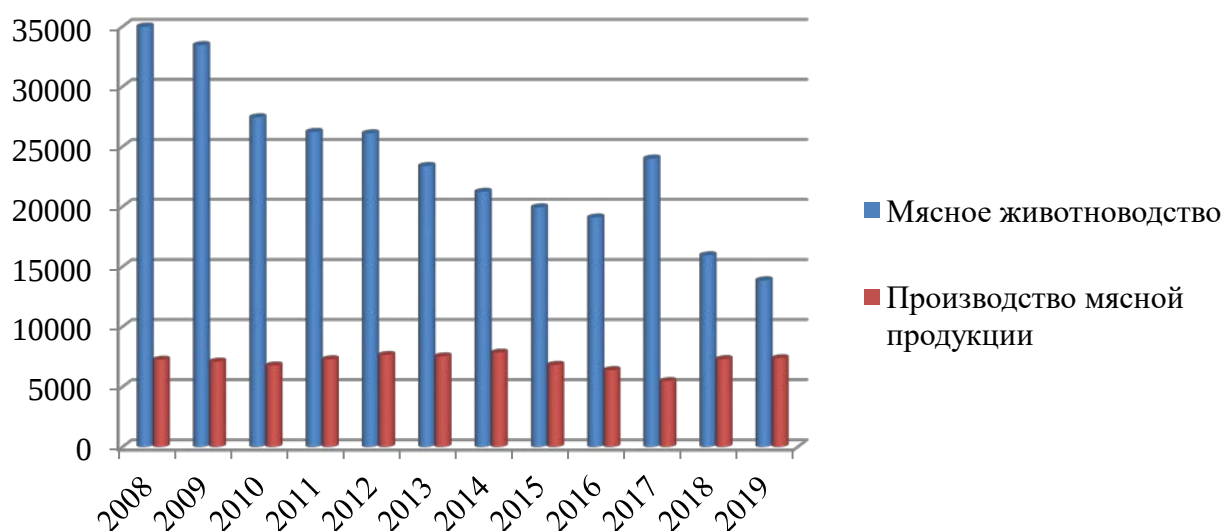


Рисунок 2.3 – Численность занятых в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области за 2008-2019 гг., чел.

Составлено автором по [213]

Численность занятых в мясном производстве за 2008-2019 гг. сокращается на 60,41%, причем если в 2008-2009 гг. сокращение численности работников

могло быть обусловлено экономическим кризисом, последующее уменьшение занятости в мясном животноводстве определяется уже сокращением спроса на рабочую силу. Увеличение занятости в мясном животноводстве наблюдалось только в 2017 г., но было кратковременным. Можно предположить, что оно определялось сочетанием факторов увеличения совокупного производства и роста заработной платы работникам. Требовалось в короткие сроки удовлетворить возросшие потребности регионального рынка, кроме того, в этот период были созданы дополнительные возможности для экспорта мясной продукции. В последующем численность занятых вновь сократилась.

Занятость в сфере производства готовой продукции существенно меньше, чем в мясном производстве. За 2008-2019 гг. она возрастает на 1,61%. Поскольку производительность труда в сфере производства готовой мясной продукции достаточно велика благодаря технологической составляющей, занятость в этой области практически не возрастает.

Показатели производительности труда представлены на рисунке 2.4.

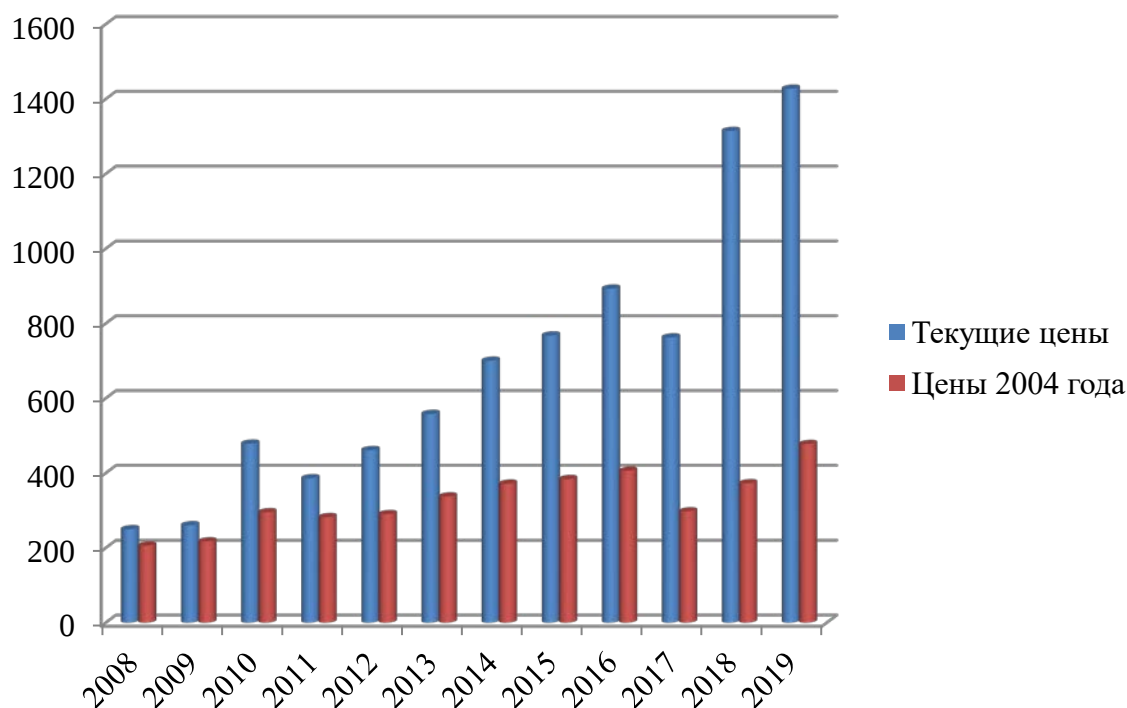


Рисунок 2.4 – Производительность труда в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области за 2008-2019 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [213]

За 2008-2019 гг. производительность в текущих ценах возросла на 472,22%, в ценах 2004 г. она увеличилась только на 131,90%. Рост производительности достигается и в мясном животноводстве, но происходит медленно, поскольку более совершенные технологии используются в основном крупным бизнесом.

Независимые производители не имеют возможности осуществлять значительные инвестиции в модернизацию производства, обеспечивающую повышение производительности труда, особенно в мясном животноводстве [24].

Сокращение численности работников, занятых в производстве мяса и медленный рост производительности труда в мясопродуктовом подкомплексе следует рассматривать как факторы, снижающие конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Показатель протяженности дорог представлен на рисунке 2.5. За 2008-2019 гг. протяженность дорог в Новосибирской области сократилась на 9,57%, в 2008-2011 гг. возросла на 3,93%, а в 2011-2019 гг. уменьшилась на 13,00%.

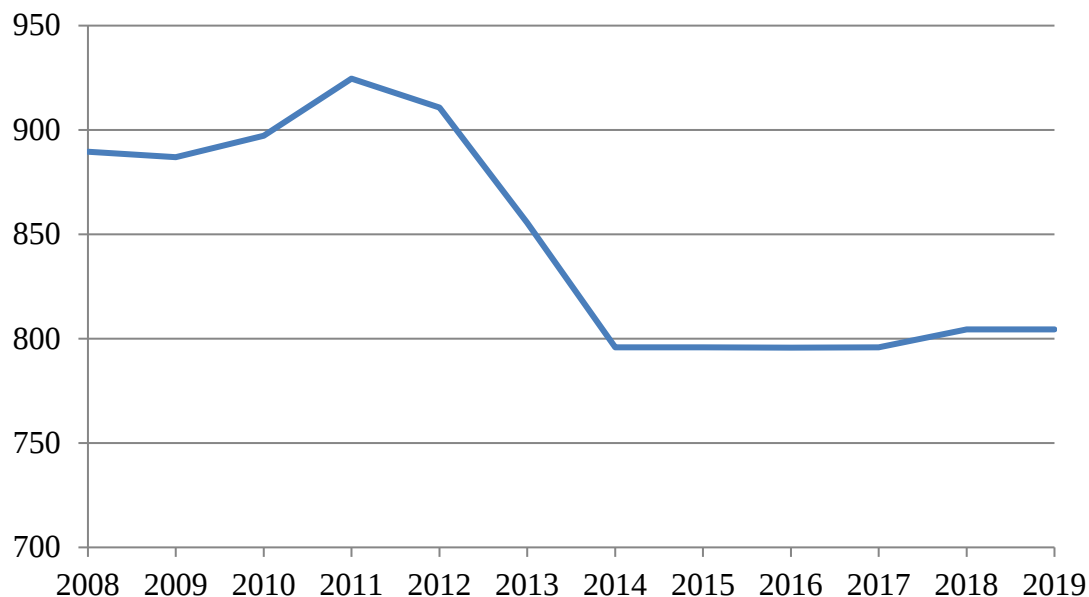


Рисунок 2.5 – Протяженность дорог с твердым покрытием в Новосибирской области за 2008-2019 гг., тыс. км

Составлено автором по [213]

Наличие автомобильных дорог необходимо не только мясопродуктовому подкомплексу и сельскому хозяйству, но и другим отраслям экономики. Однако

протяженность автомобильных дорог, необходимых для обслуживания промышленности, существенно меньше их общей протяженности. Значительная часть дорог соединяет именно удаленные районы с крупными городами, обслуживая преимущественно потребности сельского хозяйства. Поэтому сокращение протяженности автомобильных дорог влияет, в первую очередь, на конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса. Следует учитывать, что растениеводство производит продукцию длительного хранения, поэтому для поставки этой продукции автомобильные дороги не столь важны. Для мясопродуктового подкомплекса основным условием доступа к потребителям выступает возможность регулярной поставки продукции. Даже при наличии договоренности с торговыми сетями независимые производители, не имея возможности доставки продукции, не могут развивать производство.

Эффективное создание конкурентных преимуществ невозможно без достаточного объема финансирования, даже если существует дифференцированный по характеру спроса и емкий рынок. В отсутствие достаточного объема финансирования представители мясопродуктового подкомплекса не могут развивать производственную базу и увеличивать поголовье скота. Именно поэтому в зарубежной практике управления конкурентными преимуществами мясопродуктового подкомплекса стратегическая роль принадлежит финансовой поддержке, осуществляющейся в форме заемного финансирования. Мясопродуктовый подкомплекс отличается более коротким, чем в растениеводстве, производственным циклом, если рассматривать переработку мяса, но в производстве мяса длительность производственного цикла даже превышает время на создание продукции, необходимое в растениеводстве. Одним из факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области выступает наличие приемлемого по стоимости и срокам кредитования.

Параметры кредитования мясопродуктового подкомплекса представлены на рисунке 2.6.

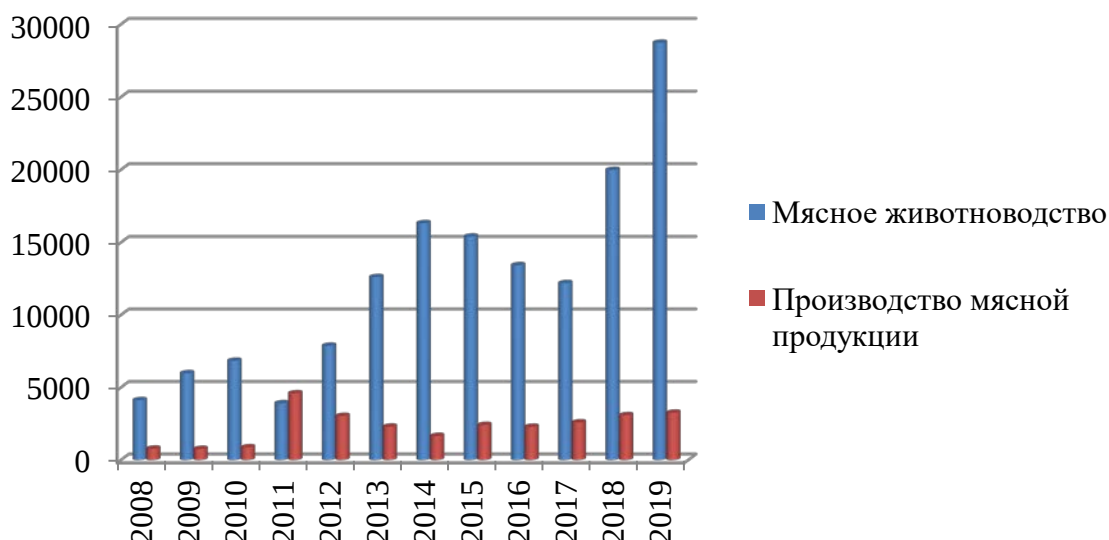


Рисунок 2.6 – Кредитование мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области за 2008-2019 гг., млн руб.

Составлено автором по [213]

Совокупный рост объемов кредитования подкомплекса за 2008-2019 гг. составил 596,82% по производству мяса и только 314,11% по его переработке, причем объем кредитования мясного животноводства намного превосходит показатели заемного финансирования по производству мясной продукции. Развитие кредитования происходит неравномерно, за 2008-2014 гг. объем выданных производителям мяса кредитов возрос на 228,59%, по переработке сырья его увеличение составило 295,96%. В 2014-2017 гг. объем кредитования сократился на 20,74% по производству мяса и на 25,30% по его переработке. За 2017-2019 гг. кредитная нагрузка на производителей мяса возросла на 122,39%, объем кредитования производителей готовой продукции увеличился на 135,60%. Хотя в период экономического кризиса 2014-2016 гг. за счет государственных субсидий расширялось льготное кредитование производителей, в том числе в мясопродуктовом подкомплексе реально, происходило сокращение объема выданных кредитов. Это существенно ограничило возможности производителей по наращиванию объемов производства и в полной мере проявилось в показателях конкурентоспособности, скорректированных на рост цен.

Показатели структуры кредитования представлены на рисунке 2.7.

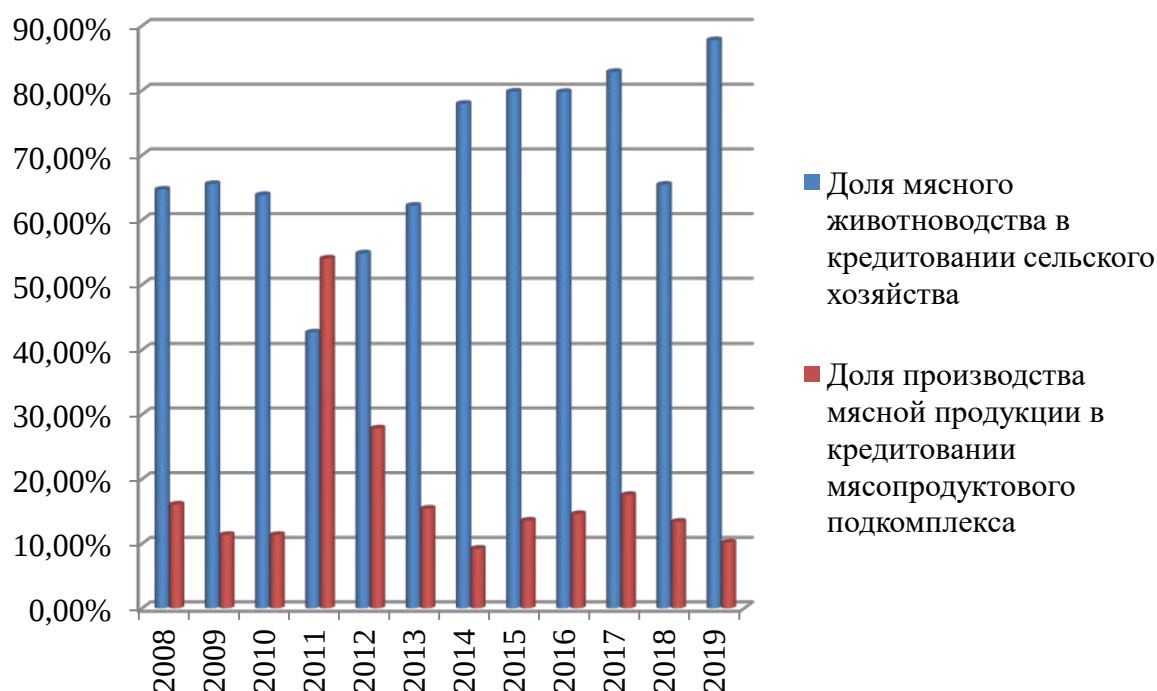


Рисунок 2.7 – Показатели структуры кредитования мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

На производство мяса, за исключением 2011-2012 гг., приходится большая часть общего объема кредитования сельского хозяйства, причем в 2008 г. на мясное животноводство приходилось 64,69% всех кредитов, предоставленных предприятиям аграрного сектора, а в 2019 г. их доля возросла до 87,78%.

Доля переработки мяса в структуре кредитования мясопродуктового подкомплекса невелика, в 2008 г. она составляла 16,05% совокупных объемов кредитования мясопродуктового подкомплекса, в 2019 г. – 10,20%.

Можно было бы предположить, что высокая долговая нагрузка на бизнес снижает конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса, но, реально, производители мяса среди сельскохозяйственных предприятий являются наиболее платежеспособными.

Показателем платежеспособности является коэффициент автономии. Его значения представлены на рисунке 2.8.

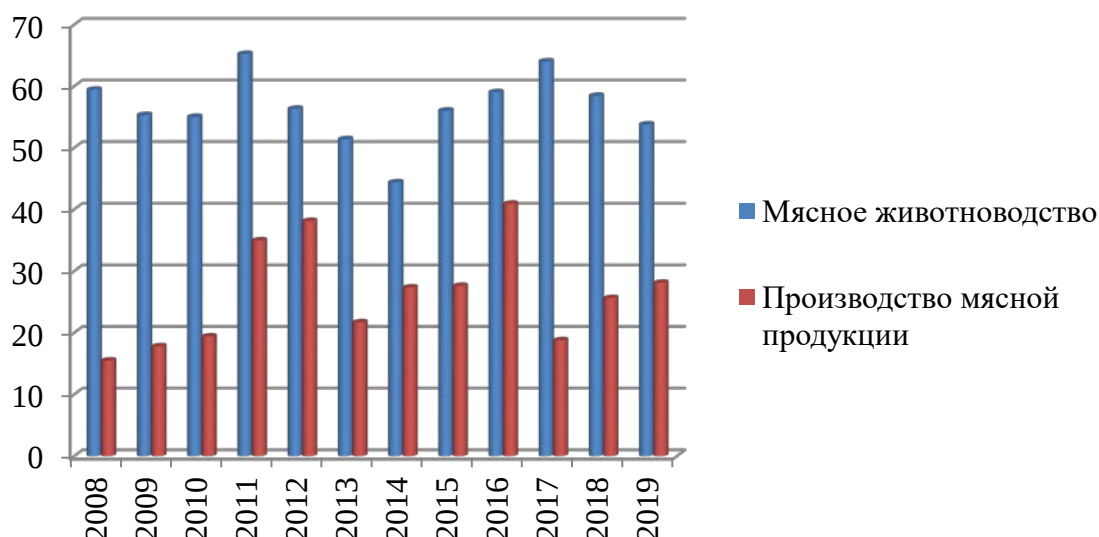


Рисунок 2.8 – Значения коэффициента автономии для мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

Нормативным является значение коэффициента автономии не менее 50%, по производству мяса он выше, хотя за счет наращивания объемов кредитования несколько снижается. В 2008 г. 59,43% всех активов производителей мяса было обеспечено собственными средствами, к 2011 г. значение показателя достигло 65,24%, в 2014 г. составляло 44,39, в 2017 г. – 64,03%, в 2019 г. – 53,79%.

По переработке мяса значение коэффициента автономии ниже нормативного, например, в 2008 г. оно составляло 15,50%, в 2016 г. – 40,92%, в 2019 г. только 28,10%.

Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса с точки зрения доступности финансирования весьма высока, но слабо зависит от мер государственной поддержки, поскольку в период экономического кризиса объемы кредитования производителей сокращались, что отрицательно влияло на их конкурентоспособность. Производители мяса в Новосибирской области имеют возможность привлечения кредитования на рыночных условиях, поскольку мясное животноводство является наиболее платежеспособной из отраслей сельского хозяйства и именно на него приходится большая часть выдаваемых банками кредитов. Существенно меньшими конкурентными

преимуществами с точки зрения привлечения финансирования обладают производители, специализирующиеся на переработке мясного сырья, поскольку их платежеспособность ниже. Подобная ситуация может объясняться сравнительно невысокой рентабельностью бизнеса большинства небольших производителей мясной продукции.

Состояние потребительского рынка описывается показателями продаж мясной продукции. Следует различать продажу мясной продукции в целом, мяса и продуктов из мяса. Кроме этих видов продукции, существуют, например, полуфабрикаты, поэтому общий объем реализации мясной продукции выше совокупных продаж мяса и продукции из него. Данные о состоянии потребительского рынка мясной продукции представлены на рисунке 2.9.

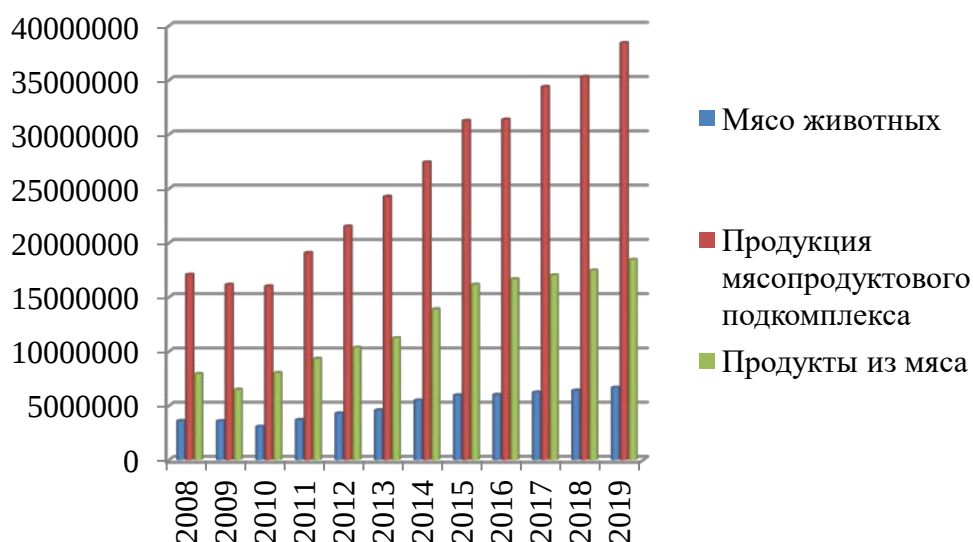


Рисунок 2.9 – Параметры потребительского рынка мясной продукции

Новосибирской области за 2008-2019 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [213]

Совокупная емкость рынка мясной продукции Новосибирской области за 2008-2019 гг. возросла на 124,84%, при этом по мясу увеличение составило только 84,79%, а по продуктам из мяса – 132,32%.

Это означает, что потребители все более активно приобретают не сырое мясо для последующего приготовления, а полуфабрикаты и готовую мясную продукцию, даже если ее стоимость выше, чем стоимость сырого мяса.

Следует учитывать периоды развития потребительского рынка. За 2008-2014 гг. продажи продуктов из мяса увеличились на 74,94%, за 2014-2019 гг. – на 32,80%. В условиях экономического кризиса рост продаж продукции из мяса замедлился, но несущественно. В целом по мясной продукции за 2008-2014 гг. продажи увеличились на 60,52%, за 2014-2019 гг. они – на 40,06%.

Структура продаж мясной продукции и ее доля в общем обороте розничной торговли представлены на рисунке 2.10.

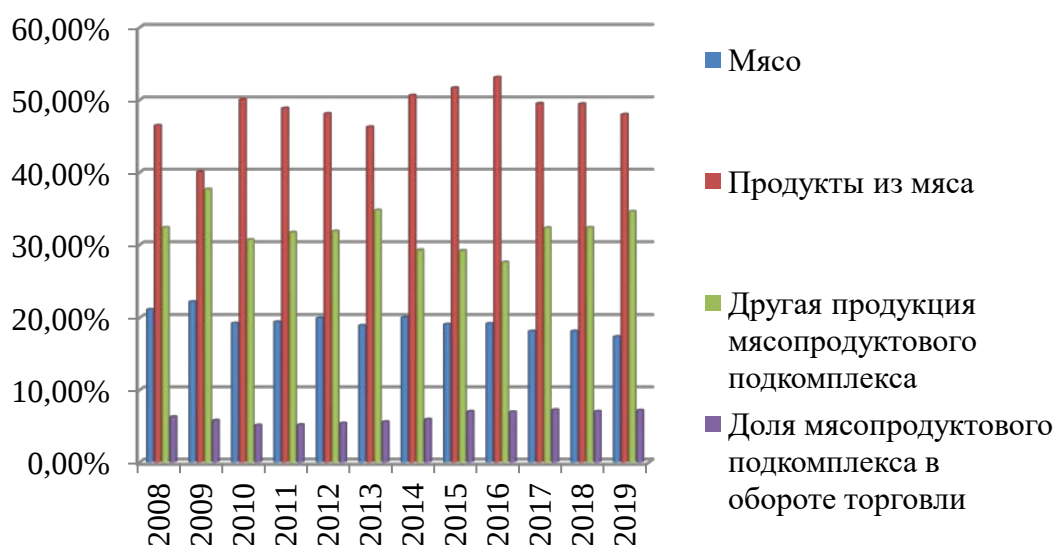


Рисунок 2.10 – Структура продаж мясной продукции и ее доля в общем обороте розничной торговли Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

Доля мяса в продажах мясной продукции в целом снижается. В 2008 г. на сырое мясо приходилось 21,14% продаж мясной продукции, в 2019 г. – 17,38%. Доля продуктов из мяса возросла с 46,47% в 2008 г. до 53,13% в 2016 г., но к 2019 г. она снизилась до 48,02% за счет увеличения доли прочей продукции из мяса. Удельный вес этой продукции в 2008 г. составлял 32,39% всех продаж мясной продукции, в 2013 г. достиг 34,78, в 2016 г. снизился до 27,67, но в 2019 г. достиг 34,60.

Доля мясной продукции в обороте торговли возросла с 6,30% в 2008 г. до 7,18% в 2019 г. Это соответствует предпочтениям потребителей в пользу продукции мясопродуктового подкомплекса по сравнению с другими видами

товаров.

Прочая продукция из мяса, в частности, полуфабрикаты и готовая продукция, имеют наибольшую стоимость, поэтому их продажи существенно зависят от состояния потребительского спроса, но с началом экономического роста потребители все более активно начинают приобретать именно эту продукцию.

Оценка конкурентоспособности новосибирских производителей по доле рынка представлена на рисунке 2.11.

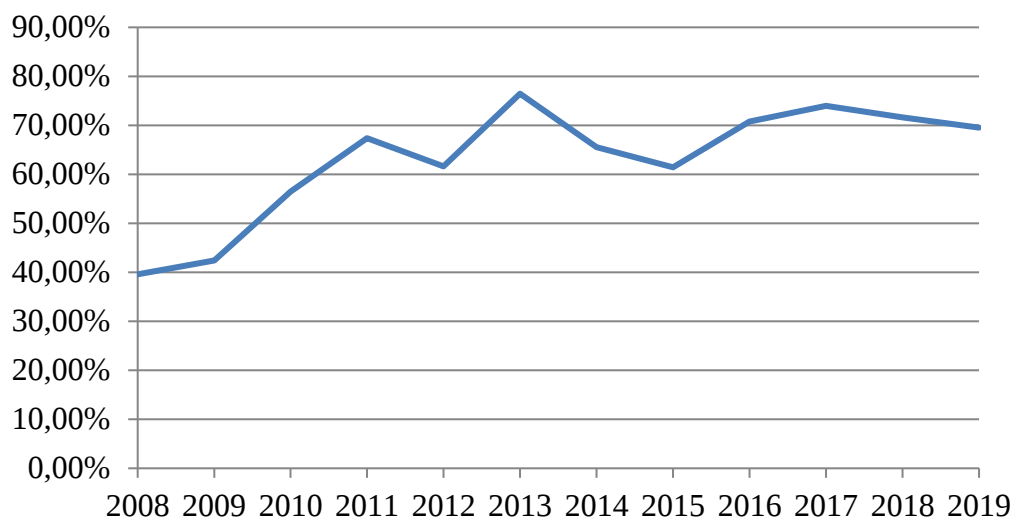


Рисунок 2.11 – Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса
Новосибирской области по доле рынка за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

В целом конкурентоспособность новосибирских производителей на региональном рынке мясной продукции возрастает, поскольку в 2008 г. их доля составляла только 39,60% продаж мясной продукции, а в 2019 г. – 69,54%. В развитии рынка можно выделить несколько периодов. За 2008-2013 гг. доля рынка новосибирских производителей увеличилась на 36,86%. Это период восстановления экономики после мирового финансового кризиса и перехода к активному экономическому росту. Новосибирские производители вполне эффективно удовлетворяли потребительские запросы, причем в этот период основные предпочтения были связаны с другой продукцией мясопродуктового

подкомплекса.

В последующем доля новосибирских производителей снизилась с 76,46% в 2013 году до 61,40% в 2015 году. Это период увеличения доли в продажах продукции из мяса. В условиях начавшегося экономического кризиса более эффективно действовали крупнейшие российские производители, предложившие новосибирскому рынку более дешевую продукцию, но в значительных объемах. Это период вертикальной интеграции производства АО «Микоян», ПАО «Черкизовский завод», ПАО «Великолукский комбинат» и ряда других производителей.

В последующем новосибирский бизнес вновь начал усиливать позиции, за 2015-2017 гг. его доля увеличилась на 12,59%, причем в данный период возрастала доля прочей мясной продукции. Это был период вертикальной интеграции бизнеса новосибирских производителей, например, ООО «СПК» приобрело в дополнение к производственным активам на Алтае ряд животноводческих комплексов в Новосибирской области (АО «Краснозерский мясокомбинат» и АО «Черепановский мясокомбинат») [214].

За 2017-2019 гг. доля новосибирских производителей уменьшилась на 4,44%, причем в этот период вновь возрастала доля продукции из мяса на новосибирском рынке, а ПАО «Великолукский мясокомбинат» и ряд других крупных производителей приобрели животноводческие комплексы для увеличения объемов производства продукции из мяса [210-212].

Емкость рынка мясной продукции создает возможности для производителей из Новосибирской области, но этот рынок привлекателен не только для новосибирских компаний, но и для крупнейших российских производителей, поэтому конкуренция весьма высока, хотя в целом конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области по доле рынка возрастает. Конкурентные позиции определяются характеристиками спроса, поэтому менее эффективно новосибирские производители действуют в периоды, когда необходимо удовлетворить спрос на продукцию из мяса по сравнительно невысокой цене и более эффективно в

периоды, когда основным фактором конкурентоспособности становится дифференциация продукции, поскольку местные производители, во всяком случае крупные компании, лучше осведомлены о покупательских запросах.

Развитию мясопродуктового подкомплекса способствуют в первую очередь торговые сети и логистика. Показателем развития сетевой торговли является доля торговых сетей в товарообороте (рисунок 2.12).

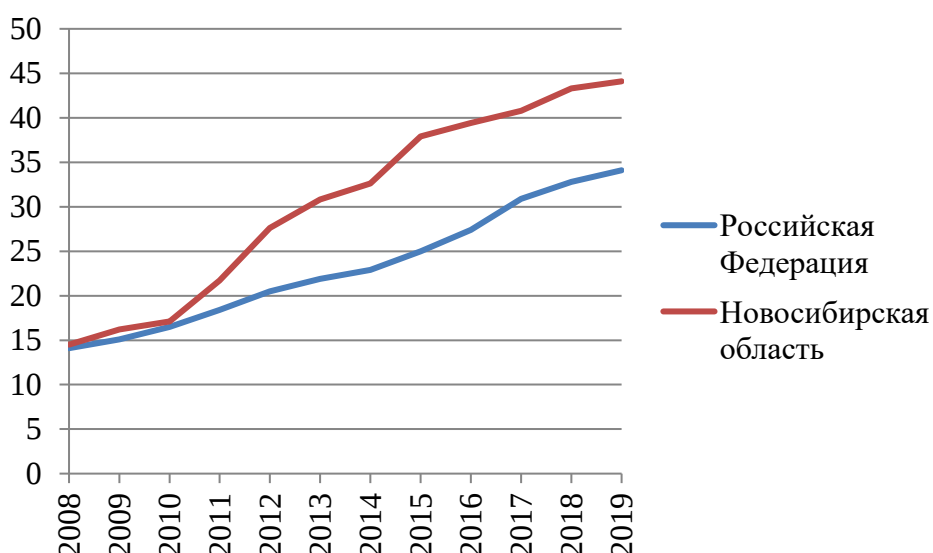


Рисунок 2.12 – Развитие торговых сетей в Новосибирской области как вспомогательной отрасли по отношению к мясопродуктовому подкомплексу региона за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

Развитие торговых сетей в Новосибирской области выше, чем в целом по России. Например, в 2011 г. их доля составляла 18,4% всего российского товарооборота, тогда как в Новосибирской области на торговые сети приходилось 21,7% всех продаж. В 2015 г. доля торговых сетей в России составила 25,0%, а по Новосибирской области – 37,9%, в 2019 году – 34,1 и 44,1% соответственно.

Торговые сети могут создавать дополнительные возможности для повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, предлагая, в первую очередь, продукцию новосибирских производителей, но могут и ограничивать усиление конкурентных позиций, устанавливая невыгодные производителям условия. В

этом направлении активно используются способы поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, среди прочего Минпромторгом НСО проводятся День поставщика [199] и другие мероприятия. Их цель связана с установлением прямых контактов между торговыми сетями и представителями мясопродуктового подкомплекса.

Эффективность данных мер может быть оценена с использованием коэффициентов корреляции, представленных в таблице 2.2.

Таблица 2.2 – Коэффициенты корреляции доли торговых сетей в товарообороте и показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области за 2008-2019 гг.

Показатель	Значение показателя
Доля новосибирских производителей	0,7769
Производственный метод	0,9169
Индексы производства продукции	-0,2699
Рыночный метод (текущие цены)	0,9235
Рыночный метод (цены 2004 г.)	0,2229

Составлено автором по [100, 191, 213]

Участие торговых сетей в реализации продукции мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области тесно связано с показателем доли рынка новосибирских производителей, очень тесно с производственными и рыночными показателями в действующих ценах, но связь с показателями в постоянных ценах практически отсутствует.

Это означает, что торговые сети помогают представителям мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области получать прибыль, но эффективность их участия в повышении конкурентоспособности с точки зрения удовлетворения потребительского спроса в достаточных объемах продукции высокого качества и по умеренной цене невысока.

Торговые сети более эффективно управляют ценами и ассортиментом, чем небольшие торговые организации, но объемы продаж регулируются торговыми сетями менее эффективно. В целом использование способа установления отношений с торговыми сетями следует оценивать положительно, но с учетом

того, что его использование приносит выгоду конкурентоспособности производителей, но не потребителям.

Общее состояние вспомогательных отраслей по показателю выручки представлено на рисунке 2.13.

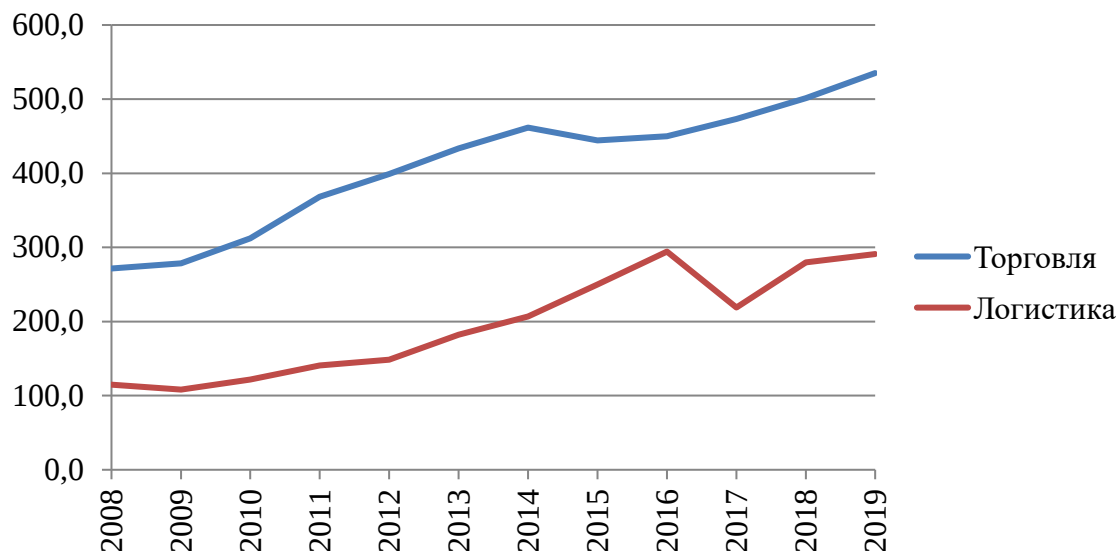


Рисунок 2.13 – Выручка сопутствующих мясопродуктовому подкомплексу направлений бизнеса в Новосибирской области за 2008-2019 гг., млрд руб.

Составлено автором по [213]

Продажи в торговле за 2008-2019 гг. увеличились на 97,08%, в логистике выручка возросла на 153,32%. Продажи в мясопродуктовом подкомплексе за этот период повысились на 293,07%. Это означает, что изначально логистические компании Новосибирской области обслуживали в основном поставки продукции мясопродуктового подкомплекса других регионов в торговые сети. В розничной торговле предлагалась преимущественно продукция других регионов. С усилением позиций производителей мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области логистикой и торговлей стали обслуживаться главным образом поставки продукции новосибирских производителей. Подтверждается это и увеличением их рыночной доли.

Таким образом, оценка уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяет сделать следующие выводы:

– конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области возрастает, но наиболее эффективно производители

использовали факторы конкурентных преимуществ до 2008 г., поскольку конкуренция была невелика, а в последующем они столкнулись с последствиями усиления рыночных позиций крупнейших российских производителей мясной продукции. Эффективно противодействовали и некоторые крупные участники регионального рынка, но в целом повышение конкурентоспособности замедлилось. В условиях замещения импорта и поддержки сельского хозяйства конкурентоспособность производителей возросла, однако с учетом ослабления рубля более выгодным стал экспорт продукции, поэтому производство возрастало, а продажи на региональном рынке в постоянных ценах снижались. Это свидетельствует о недостаточной конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса с точки зрения способности удовлетворить запросы потребителей на региональном рынке по разумной цене за счет повышения эффективности управления производственными затратами;

- сокращение численности работников, занятых в производстве мяса, и медленный рост производительности труда в мясопродуктовом подкомплексе следует рассматривать как факторы, снижающие конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области;

- сокращение протяженности автомобильных дорог снижает доступность основных рынков для производителей из удаленных районов Новосибирской области и, следовательно, конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона;

- конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса с точки зрения доступности финансирования весьма высока, но слабо зависит от мер государственной поддержки, поскольку в период экономического кризиса объемы кредитования производителей сокращались, что отрицательно влияло на их конкурентоспособность. Производители мяса в Новосибирской области имеют возможность привлечения кредитования на рыночных условиях, поскольку мясное животноводство является наиболее платежеспособной из отраслей сельского хозяйства, и именно на него приходится большая часть выдаваемых банками кредитов. Существенно меньшими конкурентными

преимуществами с точки зрения привлечения финансирования обладают производители, специализирующиеся на переработке мясного сырья, из-за более низкой платежеспособности;

– емкость рынка мясной продукции создает хорошие возможности для производителей из Новосибирской области, но этот рынок привлекателен не только для новосибирских компаний, но и для крупнейших российских производителей, поэтому конкуренция весьма высока, хотя в целом конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области по доле рынка возрастает. Конкурентные позиции определяются характеристиками спроса, поэтому менее эффективно новосибирские производители действуют в периоды, когда необходимо удовлетворить спрос на продукцию из мяса по сравнительно невысокой цене и более эффективно в периоды, когда основным фактором конкурентоспособности становится дифференциация продукции, поскольку местные производители, во всяком случае, крупные компании, лучше осведомлены о покупательских запросах;

– торговые сети помогают представителям мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области получать прибыль, но эффективность их участия в повышении конкурентоспособности с точки зрения удовлетворения потребительского спроса в достаточных объемах продукции высокого качества и по умеренной цене невысока.

2.2 Анализ конкурентных стратегий субъектов мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Управление конкурентными преимуществами участником мясопродуктового подкомплекса определяется стратегиями компаний. Оценка динамики доли рынка в сочетании со структурой продаж позволяет сделать предварительный вывод, что более эффективно новосибирские производители используют возможности, связанные с дифференциацией спроса, а не с увеличением потребления мясной продукции. Иначе говоря, они готовы

предлагать более разнообразную мясную продукцию высокого качества и в широком ассортименте, но управление затратами на производство при этом не всегда эффективно. Такая конкурентная стратегия соответствует внешним конкурентным преимуществам.

Для анализа конкурентных стратегий сформирован рейтинг крупнейших производителей мясной продукции в Новосибирской области. Используются данные открытых источников [202, 205, 206, 210-212, 219].

Показатели продаж крупнейших участников рынка мясной продукции представлены на рисунке 2.14.

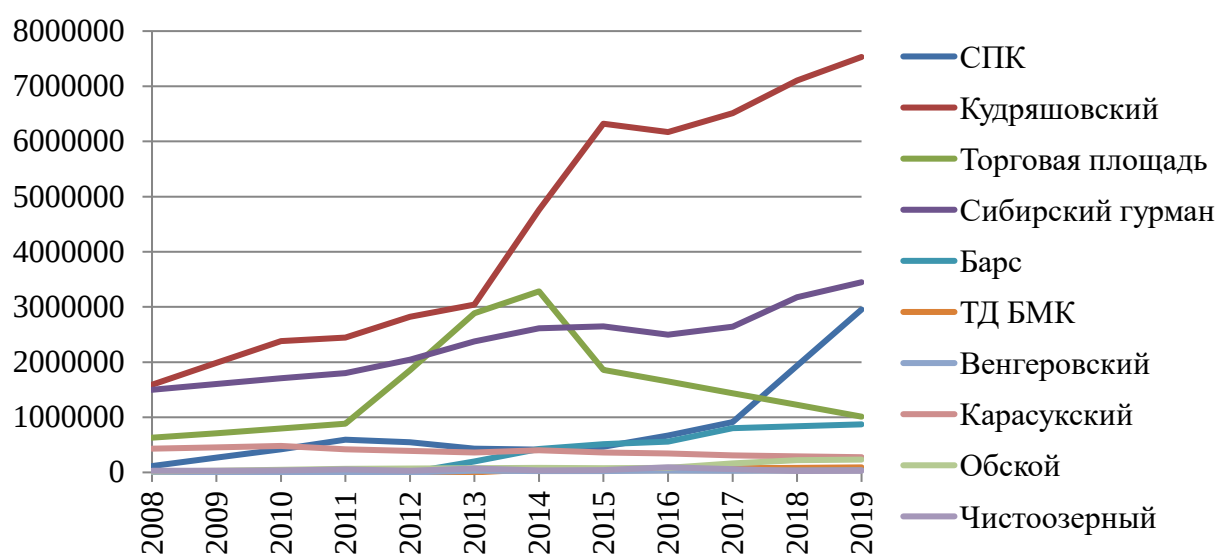


Рисунок 2.14 – Выручка крупных производителей мясной продукции в Новосибирской области за 2008-2019 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220] и финансовой отчетности компаний

В перечень крупных производителей мясной продукции могло бы быть включено и ООО «Сибирские Мясные Продукты», поскольку в 2019 г. продажи данного предприятия составили 764,9 млн руб., что позволяло бы оценить вклад данного участника рынка в совокупное производство мясной продукции Новосибирской области как значительный, тем более, что по данным самой организации, производственные мощности составляют 1200 т в месяц [215].

Тем не менее в 2019 г., согласно данным финансовой отчетности производителя, общая стоимость основных средств составляла всего 8,4 млн руб., для сравнения, у ООО «СПК» с производственной мощностью 7500 т/мес.

[214] стоимость основных средств составляет 493,2 млн руб.

Можно предположить, что значительная часть производства размещается ООО «Сибирские Мясные Продукты» на мощностях сторонних производителей, что не позволяет отнести данное предприятие к крупнейшим участникам рынка мясной продукции, ориентированных на ее производство.

Крупные производители мясной продукции различаются по динамике и объемам выручки. Непосредственно крупнейшими производителями выступают ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» (входит в ООО «Сибирская аграрная группа»), ООО «Сибирский гурман» и ООО «Сибирская продовольственная компания» (входит в ООО «Российские мясопродукты»). ООО «Сибирская аграрная группа» контролирует ПАО «Кудряшовский мясокомбинат», но он действует как независимый производитель. ООО «Сибирская продовольственная компания» управляет производственным бизнесом через ООО «Российские мясопродукты». Структура холдинга представлена на рисунке 2.15.

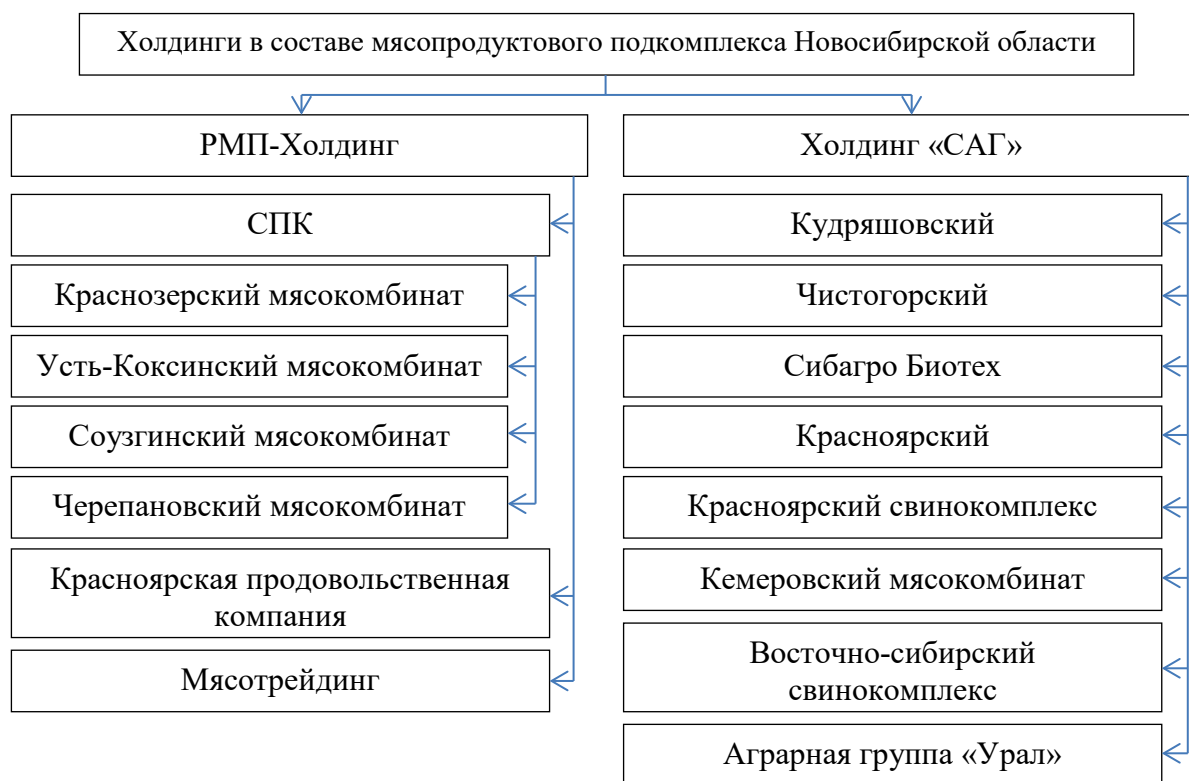


Рисунок 2.15 – Холдинги в составе мясопродуктового подкомплекса
Новосибирской области

Составлено автором по [201, 214]

Способы реализации стратегии вертикальной интеграции в целом схожи. Различия состоят только в приоритетных направлениях, поскольку ООО «Сибирская аграрная группа» развивает, в первую очередь, мясное производство, за технологическую составляющую бизнеса отвечает ООО «Сибагро Биотех».

ООО «СПК» ориентируется, главным образом, на переработку сырья, для более эффективного управления затратами компанией 1С было разработано комплексное решение, позволяющее ООО «СПК» контролировать все производственные затраты [214]. Это особенно важно с точки зрения управления конкурентоспособностью данного производителя, поскольку его сильные стороны связаны с качеством продукции и разнообразием ассортимента, а неэффективное управление затратами на производство могло бы стать слабой стороной.

Среди крупнейших производителей только ООО «Сибирский гурман» не управляет бизнесом через холдинги, но бизнес ведется через ООО «Комбинат Сибирский гурман», отвечающее за производство и ООО «Сибирский гурман Новосибирск», обеспечивающее поставки продукции [216].

Каждый из трех крупнейших участников мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области реализует стратегию вертикальной интеграции. Первоначально основу бизнеса составила производственная интеграция, например, для ООО «СПК» это было производство готовой продукции. Стратегия вертикальной интеграции эффективна, если производитель концентрируется на одном из уровней создания потребительской ценности за счет усиления технологической составляющей бизнеса.

К крупнейшим производителям мясной продукции нельзя отнести ООО «Торговая площадь» [220], хотя продажи данной компании в 2019 году и обеспечили 3,81% всего производства мясной продукции. Причиной является сокращение выручки за 2014-2019 гг. на 69,12%. Эта компания реализует стратегию развития сбыта, поскольку, хотя имеется производство, основная роль отводится развитию торговой сети. Среди крупных участников стратегии

развития сбыта придерживается также ООО «ТД БМК» [217].

Стратегия развития сбыта для рынка Новосибирской области недостаточно эффективна, поскольку производители мясной продукции, не обладая действительно развитой производственной базой, не имеют возможности приспосабливаться к рыночным преобразованиям, а также противодействовать конкурентам из числа крупнейших российских производителей, поскольку отличительной особенностью рынка является дифференциация спроса. Только развивая производственную составляющую можно эффективно удовлетворять запросы потребителей.

Перспективами развития бизнеса до уровня крупнейшего участника обладает ООО «Барс» («Барский продукт»). Компания реализует стратегию производственной интеграции и по объему продаж сопоставима с ООО «Торговая площадь».

Оценка продаж крупных участников в постоянных ценах представлена на рисунке 2.16.

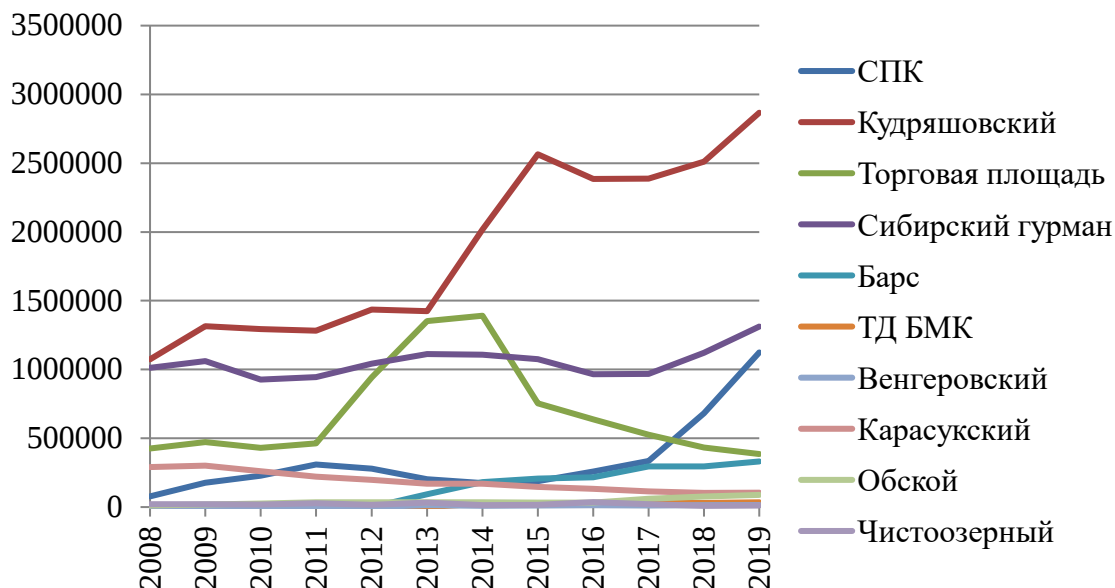


Рисунок 2.16 – Продажи крупных производителей мясной продукции в Новосибирской области в ценах 2004 года за 2008-2019 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220] и финансовой отчетности компаний

Крупнейшие производители мясной продукции управляют конкурентоспособностью наиболее эффективно не только с позиций рынка, но и

с точки зрения удовлетворения потребительских запросов. Например, ООО «СПК» за 2008-2019 гг. увеличило выручку в реальном выражении в 14,46 раза, за 2014-2019 гг. продажи возросли на 541,04%. ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» за 2008-2019 гг. увеличило выручку на 166,93%, за 2014-2019 гг. – на 42,08%, причем за 2014-2015 гг. рост продаж в реальном выражении составил 27,06%. Это связано с использованием факторов государственной поддержки.

С различной эффективностью действуют крупные производители. Продажи ООО «ТД БМК» за 2014-2019 гг. возросли на 35,50%, выручка АО «Венгеровский мясокомбинат» – на 42,03%.

Продажи АО «Карасукский мясокомбинат» за 2008-2019 гг. сократились на 63,81%, за 2014-2019 гг. – на 28,29%.

Снижением продаж также характеризуется АО «Чистоозерный мясокомбинат», в реальном выражении за 2014-2019 гг. они уменьшились на 14,87%. В то же время ООО «Обской мясокомбинат» за 2008-2019 гг. увеличил продажи на 647,16%, причем за 2014-2019 гг. на 147,58%.

Отличием ООО «Обской мясокомбинат» [208] от других крупных участников рынка мясной продукции является его создание как частного бизнеса и последующее развитие за счет производственной стратегии. Данный участник не стремится к интеграции, закупает мясное сырье, но активно развивает технологии переработки, стремится повышать качество продукции и совершенствовать ассортимент. Среди созданных в советский период мясокомбинатов только АО «Венгеровский мясокомбинат» реализует производственную стратегию благодаря инвестициям в технологии производства. Здесь были проведены существенные преобразования, в том числе на уровне стратегии, использовались меры государственной поддержки для развития бизнеса.

Распределение долей крупных участников мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области представлено на рисунке 2.17.

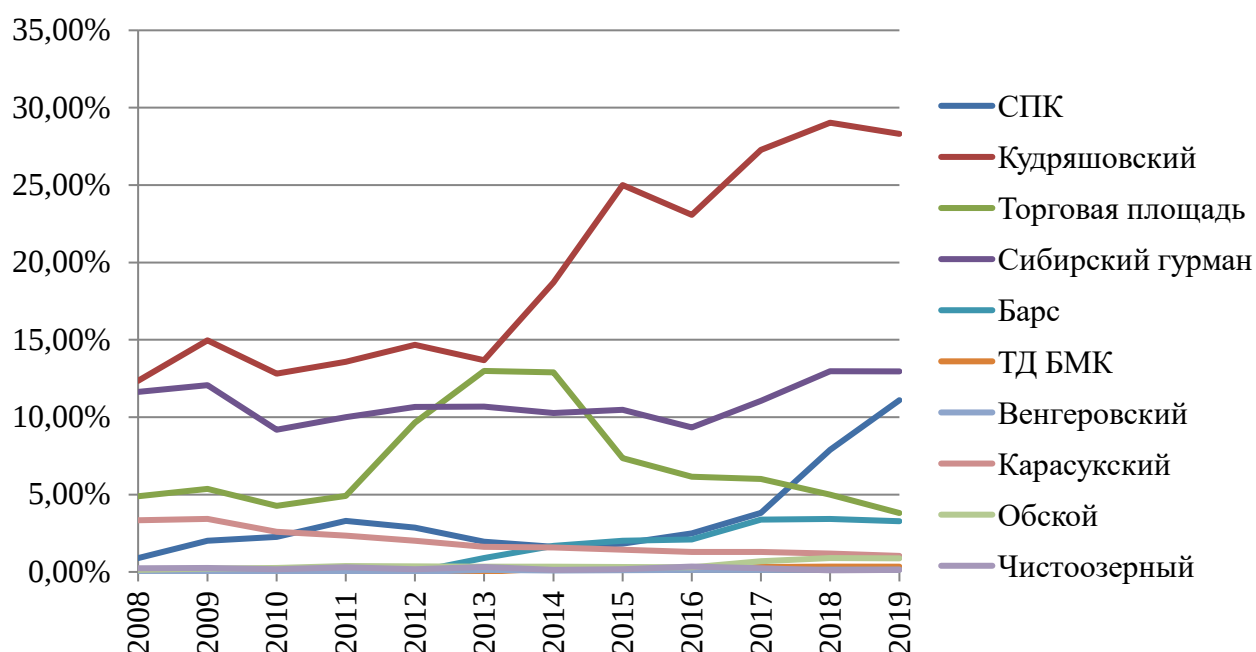


Рисунок 2.17 – Доли крупных участников мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 213, 214, 217, 220] и финансовой отчетности компаний

С точки зрения конкурентоспособности бизнеса наиболее эффективно действуют крупнейшие производители мясной продукции. Доля рынка ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» увеличилась с 12,35% в 2008 г. до 28,30% в 2019 г., в 2018 г. она достигала 29,03%.

В 2008 г. на ООО «Сибирский гурман» приходилось 11,64% всех продаж мясной продукции, в 2019 г. – 12,96%. Доля ООО «СПК» возросла с 0,89% в 2008 г. до 11,10% в 2019 г.

Оценивая динамику доли рынка, можно отметить, что наиболее эффективна для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области стратегия вертикальной интеграции, в основе которой лежит производственная интеграция. Отличием стратегии производственной интеграции выступает начало развития бизнеса от определенного уровня создания потребительской ценности с преимущественной концентрацией на этом уровне, но охватом всей технологической цепочки. Компании переходят на уровень вертикальной интеграции, когда с равной эффективностью контролируют все составляющие технологической цепочки, хотя и продолжают ориентироваться на

определенный уровень создания потребительской ценности. Как правило, это уровень, на котором они начинали вести бизнес. Производственная стратегия позволяет, в первую очередь, удержать рыночную долю. Например, доля рынка ООО «Обской мясокомбинат» [208] возросла с 0,14% в 2008 г. до 0,87% в 2019 г. Рыночная доля АО «Венгеровский мясокомбинат» в 2019 г. составила 0,15%, она также практически не возрастает, но и не снижается.

Наличие крупных участников может привести к снижению конкурентоспособности небольших производителей мясной продукции, поэтому оцениваются показатели концентрации рынка. Они представлены на рисунке 2.18.

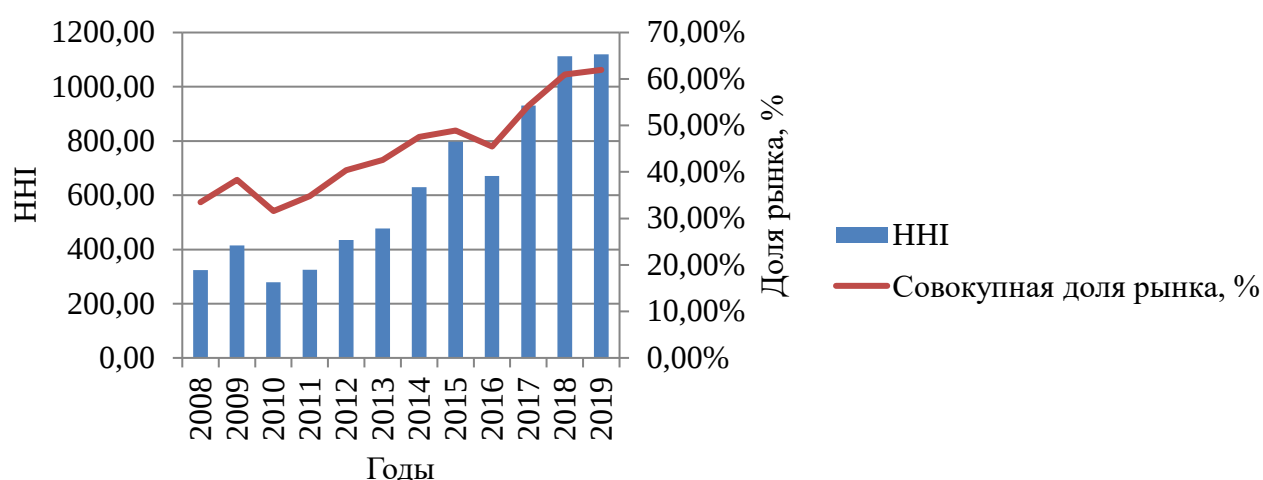


Рисунок 2.18 – Показатели концентрации мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области за 2008-2019 гг.

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 213, 214, 217, 220] и финансовой отчетности компаний

Значение индекса Херфиндаля-Хиршмана (ННІ) свидетельствует о высокой концентрации рынка, если превышает 1000 [122, 168]. В 2019 г. значение ННІ для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области составило 1119, что свидетельствует о сильной концентрации рынка. Потенциально это может привести к ослаблению конкурентных позиций небольших производителей мясной продукции, но следует учитывать, что на рынке, помимо трех крупнейших производителей и семи крупных региональных компаний, действуют и крупнейшие российские производители мясной

продукции.

Реальное распределение участников мясопродуктового подкомплекса, представлено на рисунке 2.19.

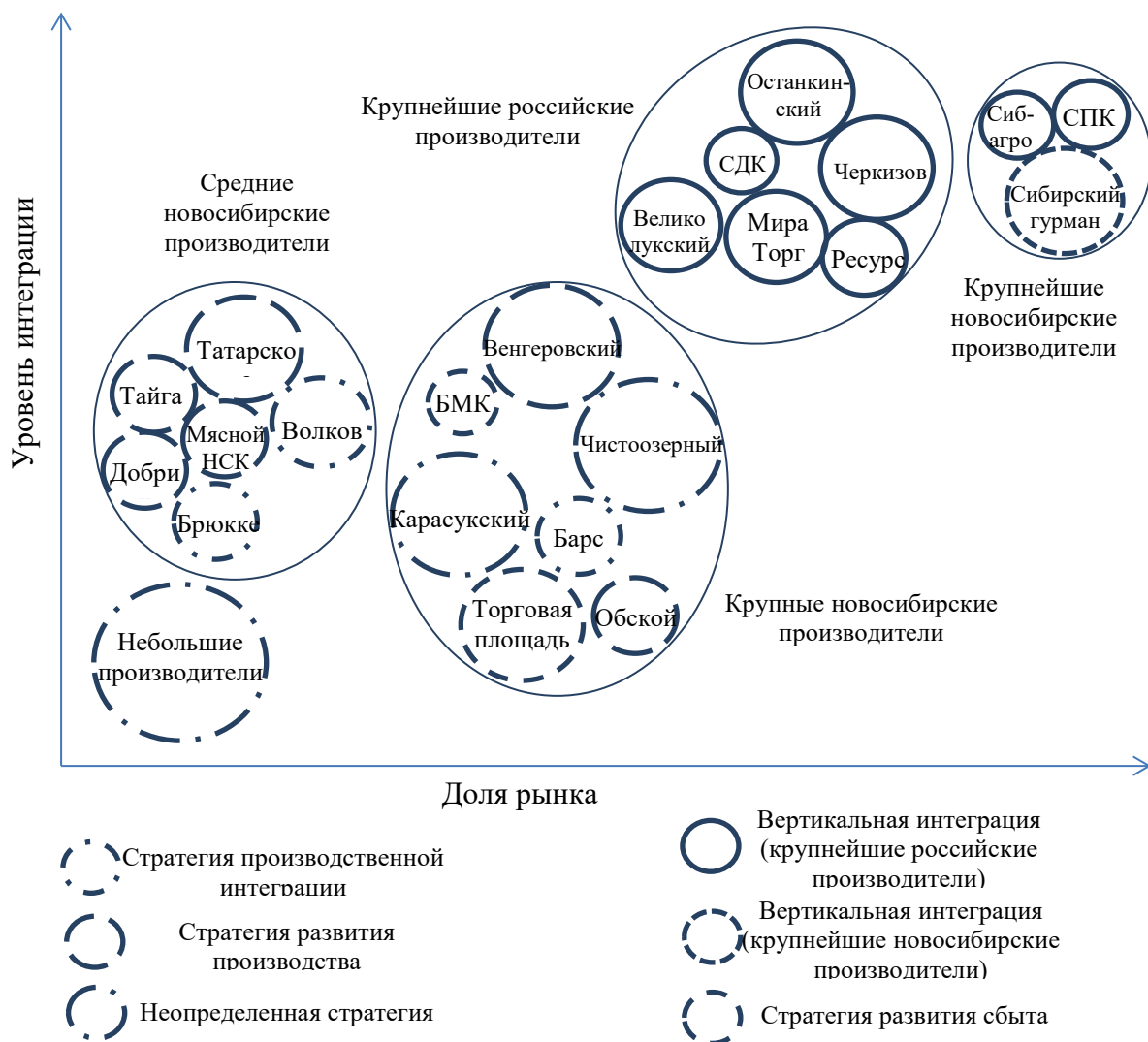


Рисунок 2.19 – Карта стратегических групп мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220] и финансовой отчетности компаний

Среди крупнейших новосибирских производителей ООО «СПК» [214] и ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» [203] одновременно относятся и к крупнейшим российским производителям мясной продукции, но другие крупнейшие российские производители, как показывает анализ динамики доли рынка, активно конкурируют с крупнейшими новосибирскими компаниями. Причем усиление позиций крупнейших российских производителей происходит в периоды экономического спада, а крупнейшие новосибирские производители

более эффективно действуют в периоды экономического роста. Принимая во внимание динамику доли рынка ООО «Сибирский гурман» [216], это положение относится и к данной компании, поскольку в 2013 г. доля рынка этого производителя составляла 10,69%, в 2016 г. снизилась до 9,35%, а в 2019 г. возросла до 12,96%. Все крупнейшие новосибирские производители придерживаются стратегии вертикальной интеграции.

Существенно более разнообразными являются стратегии крупных новосибирских производителей мясной продукции. ООО «Торговая площадь» [220] и ООО «ТД БМК» [217] придерживаются стратегии развития сбыта. ООО «Обской мясокомбинат» [208] и ООО «Венгеровский мясокомбинат» ориентируются на развитие производства. ООО «Барс» [207] реализует стратегию производственной интеграции, как и ряд других производителей.

В то же время АО «Чистоозерный мясокомбинат» и АО «Карасукский мясокомбинат» придерживаются неопределенной конкурентной стратегии. Например, АО «Чистоозерный мясокомбинат» производит всего несколько видов полуфабрикатов, но производит хрустящий картофель под брендом «Фришка», хотя специализация данного производителя связана с производством мясной продукции. Кроме того, предлагаются свежие овощи. АО «Карасукский мясокомбинат» [203] развивает продуктовый ряд, но сразу по большому количеству направлений, например, производит продукцию из куриного мяса, хотя сырье закупает, в то время как имеется мясное производство.

Ряд средних участников придерживаются стратегии развития производства, позволяющей, по меньшей мере, удерживать рыночную долю за счет выпуска мясной продукции, обладающей приемлемым качеством и умеренными ценами [136]. Данная стратегия не дает возможность развивать бизнес до крупного, поскольку основывается на сочетании потребительских характеристик продукции и ее стоимости, а конкурентная стратегия крупного бизнеса может быть основана только на одном из преимуществ.

Анализ рыночной доли и стратегических групп конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области позволяет выделить

основные стратегии участников рынка, представленные в таблице 2.3.

Таблица 2.3 – Конкурентные стратегии участников рынка мясной продукции Новосибирской области

Стратегия	Описание	Примеры
Вертикальная интеграция	Эта конкурентная стратегия наиболее эффективна для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Компании с равной эффективностью контролируют все составляющие технологической цепочки, хотя и продолжают ориентироваться на определенный уровень создания потребительской ценности. Как правило, это уровень, на котором они начинали вести бизнес	ООО «СПК» [214] и ПАО «Кудряшовский мясокомбинат» [203], ООО «Сибирский гурман» [216]
Производственная интеграция	Начало развития бизнеса от определенного уровня создания потребительской ценности с преимущественной концентрацией на этом уровне, но охватом всей технологической цепочки	ООО «Барс» [207], ИП Волкова, ООО «Брюкке»
Развитие сбыта	Стратегия развития сбыта для рынка Новосибирской области недостаточно эффективна, поскольку производители мясной продукции, не обладая действительно развитой производственной базой, не имеют возможности приспосабливаться к рыночным преобразованиям, а также противодействовать конкурентам из числа крупнейших российских производителей, поскольку отличительной особенностью рынка является дифференциация спроса. Только развивая производственную составляющую можно эффективно удовлетворять запросы потребителей	ООО «Торговая площадь» [220], ООО «ТД БМК» [217]
Развитие производства	Эта стратегия позволяет эффективно удерживать рыночную долю, хотя и не может послужить основой для создания бизнеса, сравнимого по доле рынка с крупнейшими участниками. Производители не стремятся к интеграции, закупают мясное сырье, но активно развивают технологии переработки, нацелены на повышение качества продукции и совершенствование ассортимента	ООО «Обской мясокомбинат» [208], ООО «Венгеровский мясокомбинат»
Неопределенная стратегия	Эти производители не ориентируются на какие-либо определенные конкурентные преимущества, зачастую предлагают не только мясную продукцию, но и другие товары, не связанные с основным профилем производства	АО «Чистоозерный мясокомбинат», АО «Карасукский мясокомбинат» [201]

Составлено автором по [201, 203, 207, 208, 214, 217, 220]

Помимо вида конкурентных стратегий, следует учитывать и конкурентные преимущества. Они оцениваются по показателям рентабельности и доле коммерческих расходов в выручке. Данные о рентабельности продаж участников мясопродуктового подкомплекса представлены на рисунке 2.20.

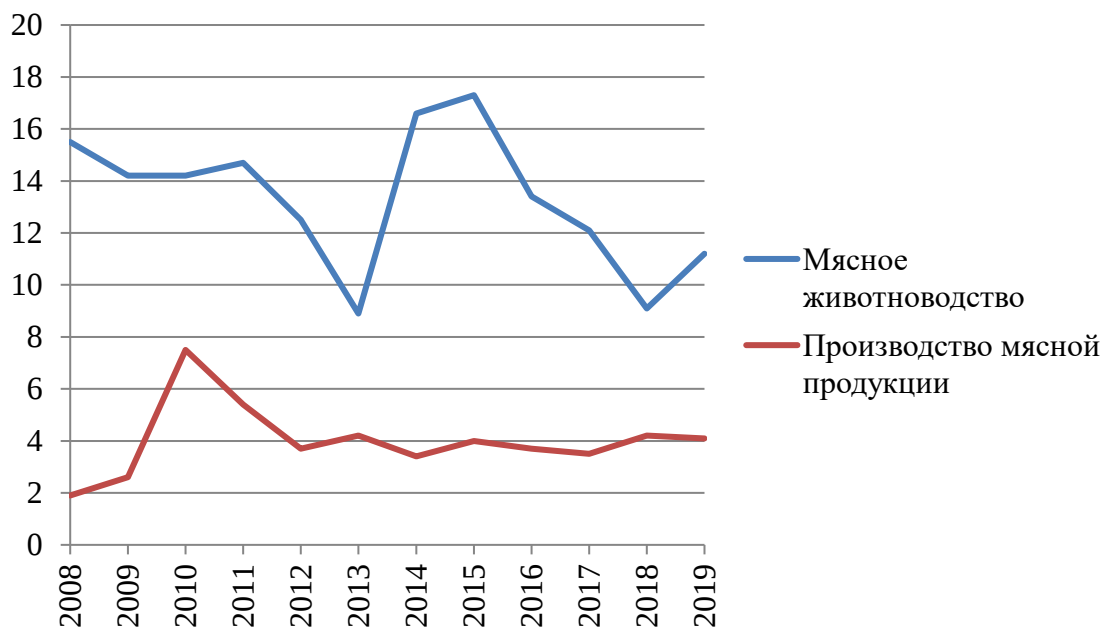


Рисунок 2.20 – Рентабельность мясопродуктового подкомплекса
Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

Рентабельность мясного животноводства в целом выше рентабельности производства мясной продукции. В 2008 г. она составляла 15,5%, к 2013 г. уменьшилась до 8,9%, но уже в 2014 г. выросла 16,6%, а в 2015 г. до 17,3%. К 2018 г. она снизилась до 9,1%, в 2019 г. составила 11,2%. Подобная ситуация характерна для компаний, реализующих стратегию внешних преимуществ, поскольку они более подвержены влиянию рынка. В 2014 г. основное влияние на рентабельность продаж оказало увеличение цен, как и в 2015 г. С 2016 г. рентабельность продаж начинает уменьшаться под влиянием снижения спроса, к 2018 г., под воздействием конкуренции крупнейших российских производителей она достигает минимального значения. Одновременно производители начинают увеличивать продажи (это требует снижения цен), и в 2019 г. расширение ассортимента позволяет повысить рентабельность.

Рентабельность продаж в мясопродуктовом подкомплексе, особенно в производстве мяса неравномерна, но в целом можно выделить тенденцию к ее снижению. Эта тенденция проявляется в 2008-2013, а также в 2015-2019 гг. Это означает, что часть производителей мясопродуктового подкомплекса придерживаются внешних преимуществ, другие ориентируются на внутренние преимущества, но более предпочтительными становятся внешние конкурентные преимущества.

Доля коммерческих расходов в полной себестоимости представлена на рисунке 2.21.

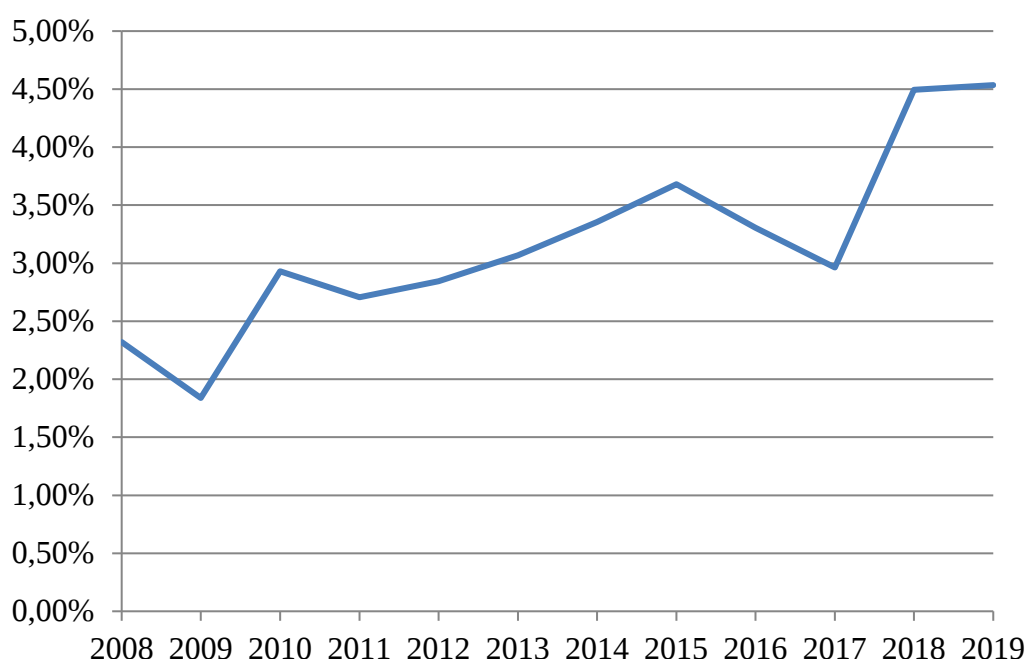


Рисунок 2.21 – Доля коммерческих расходов в полной производственной себестоимости производителей мясной продукции Новосибирской области за 2008-2019 гг., %

Составлено автором по [213]

Доля коммерческих расходов в полной себестоимости возрастает с 2,32% в 2008 г. до 3,68% в 2015 году. В 2017 г. она составляет только 2,96%, но в 2019 г. возрастает до 4,53%. Во взаимосвязи с динамикой рентабельности продаж и доли рынка это означает, что значительная часть производителей в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области придерживаются внешних конкурентных преимуществ. В условиях роста конкуренции со стороны крупнейших

российских производителей эти преимущества становятся менее эффективными. Последующая диверсификация спроса делает стратегию внешних преимуществ более эффективной [38] для большинства участников мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Таким образом, анализ рыночной доли и стратегических групп конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области позволяет выделить основные стратегии участников рынка:

- вертикальная интеграция. Эта конкурентная стратегия наиболее эффективна для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Компании с равной эффективностью контролируют все составляющие технологической цепочки, хотя и продолжают ориентироваться на определенный уровень создания потребительской ценности. Как правило, это уровень, на котором они начинали вести бизнес;

- производственная интеграция. Начало развития бизнеса от определенного уровня создания потребительской ценности с преимущественной концентрацией на этом уровне, но охватом всей технологической цепочки;

- развитие сбыта. Стратегия развития сбыта для рынка Новосибирской области недостаточно эффективна, поскольку производители мясной продукции, не обладая действительно развитой производственной базой, не имеют возможности приспособливаться к рыночным преобразованиям, а также противодействовать конкурентам из числа крупнейших российских производителей, поскольку отличительной особенностью рынка является дифференциация спроса. Только развивая производственную составляющую можно эффективно удовлетворять запросы потребителей;

- развитие производства. Эта стратегия позволяет эффективно удерживать рыночную долю, хотя и не может послужить основой для создания бизнеса, сравнимого по доле рынка с крупнейшими участниками. Производители не стремятся к интеграции, закупают мясное сырье, но активно развивают технологии переработки, нацелены на повышение качества продукции и совершенствование ассортимента;

– неопределенная стратегия. Эти производители не ориентируются на какие-либо определенные конкурентные преимущества, зачастую предлагают не только мясную продукцию, но и другие товары, не связанные с основным профилем производства.

Показано, что крупные производители ориентируются на внешние конкурентные преимущества, но эффективно контролируют затраты за счет технологической составляющей, в противном случае, они не могли бы противодействовать крупнейшим российским производителям мясной продукции. Динамика рентабельности и доли коммерческих расходов свидетельствует о переходе определенной части средних и небольших участников мясопродуктового подкомплекса к стратегии внешних преимуществ, но ряд участников ориентируются на стратегию внутренних преимуществ, которая для мясопродуктового подкомплекса также может быть эффективна. Для средних и небольших по размерам участников мясопродуктового подкомплекса приемлемой может быть и стратегия сочетания внешних и внутренних преимуществ. Предпочтительные конкурентные стратегии участников мясопродуктового подкомплекса должны учитываться при использовании мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.

2.3 Анализ мер региональной поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области обладает конкурентоспособностью и без участия регионального правительства, но с использованием им мер поддержки конкурентоспособности подкомплекса делает улучшает конкурентные преимущества мясопродуктового подкомплекса региона. Их использование предполагает воздействие не на подкомплекс в целом, а на процесс вовлечения ресурсов в производственную деятельность либо на доведение продукции до конечного потребителя. Воздействие со стороны

региональных властей, с учетом объема доступных им ресурсов, осуществляется только в отношении отдельных факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области либо институтов. Региональное правительство выступает особым институтом, использующим меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса для воздействия на другие институты. Характер использования мер должен соответствовать конкурентным стратегиям участников подкомплекса, поскольку, в зависимости от стратегий конкурентоспособности, различаются и факторы конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона, являющиеся ключевыми для наращивания производства и эффективного удовлетворения запросов потребителей на региональном рынке.

Использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области определяется целевыми программами «Развитие сельского хозяйства» [8] и «Развитие сельских территорий» [9].

Разработка данных целевых программ велась в условиях начала экономического кризиса и введения встречных торговых ограничений в отношении поставщиков импортной продукции, в том числе мясопродуктового подкомплекса. В этот период для мясопродуктового подкомплекса были созданы возможности не только благодаря торговым ограничениям, но и вследствие ослабления рубля, однако одновременно существовали и угрозы, главной из которых стало увеличение стоимости импорта кормов. Большая часть кормовой базы на тот момент была представлена импортной продукцией. Поддержка конкурентными преимуществами мясопродуктового подкомплекса велась исходя из факторов конкурентоспособности региона, а также необходимости использования возможностей, но основным ориентиром было наращивание объемов производства мясной продукции с учетом необходимости замещения импорта.

С точки зрения стратегического управления конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса региона приоритеты могут быть представлены в виде рисунка 2.22.

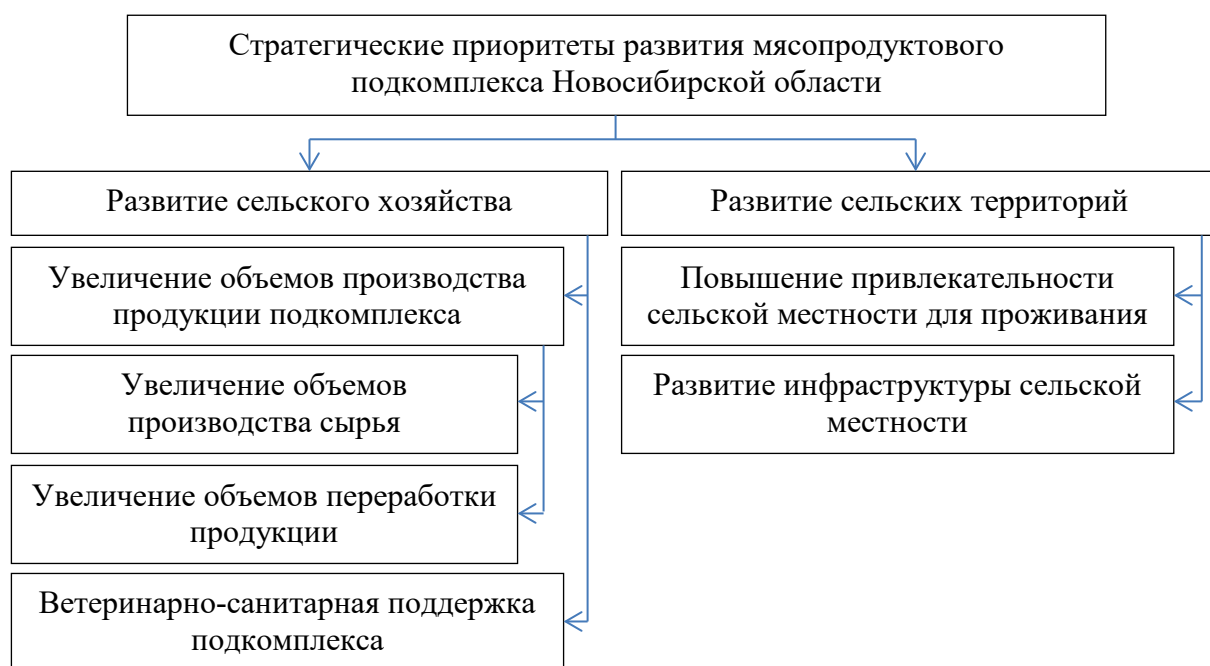


Рисунок 2.22 – Стратегические приоритеты развития мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [8, 9, 97, 98]

Отдельной стратегии управления конкурентными преимуществами мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области не сформировано, она развивается во взаимосвязи с другими составляющими аграрного сектора региона. Регулируется использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона целевыми программами, направленными на развитие производства в аграрном секторе, а также на управление инфраструктурой сельских территорий. Основным ориентиром развития производства в аграрном секторе выступает усиление внутренних конкурентных преимуществ, поскольку увеличение объемов производства продукции соответствует именно стратегии внутренних конкурентных преимуществ, но цель является общей, она включает в себя как рост производства мяса, так и расширение объемов переработки сырья. Конкретные способы использования сырья, поставляемого производителями Новосибирской области, не описываются, как и взаимодействие между различными институтами, составляющими мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области. Исключение составляют только ветеринарно-санитарные мероприятия,

проведение которых выделено в отдельное направление реализации целевой программы «Развитие сельского хозяйства».

Данная программа ориентирована непосредственно на усиление конкурентных преимуществ института производителей, и в равной мере охватывает, с учетом стратегических приоритетов, производство мяса и его переработку.

Программа «Развитие сельских территорий» [9] ориентирована на развитие инфраструктурной составляющей сельского хозяйства Новосибирской области в целом. Используемые меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона предполагают воздействие на такие факторы конкурентных преимуществ, как трудовые ресурсы (в первую очередь, их численность и квалификация, поскольку одна из подпрограмм должна способствовать повышению привлекательности сельской местности для молодых специалистов), а также транспортная инфраструктура.

Относительно стратегических приоритетов управления конкурентными преимуществами мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области следует отметить, что в 2016 г. был подготовлен проект «Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности» [209].

Проект не был принят, но в нем отдельно выделялось развитие мясопродуктового подкомплекса. Ключевое значение имели стратегические приоритеты, по поддержке конкурентных преимуществ отдельных направлений мясного производства во взаимосвязи с переработкой сырья, а также развитием рынка мясной продукции Новосибирской области. Проект стратегии во многом был ориентирован на использование мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса исходя из источников конкурентных преимуществ производителей. Учитывалось также взаимодействие рыночных институтов.

Меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельского хозяйства» представлены на рисунке 2.23.

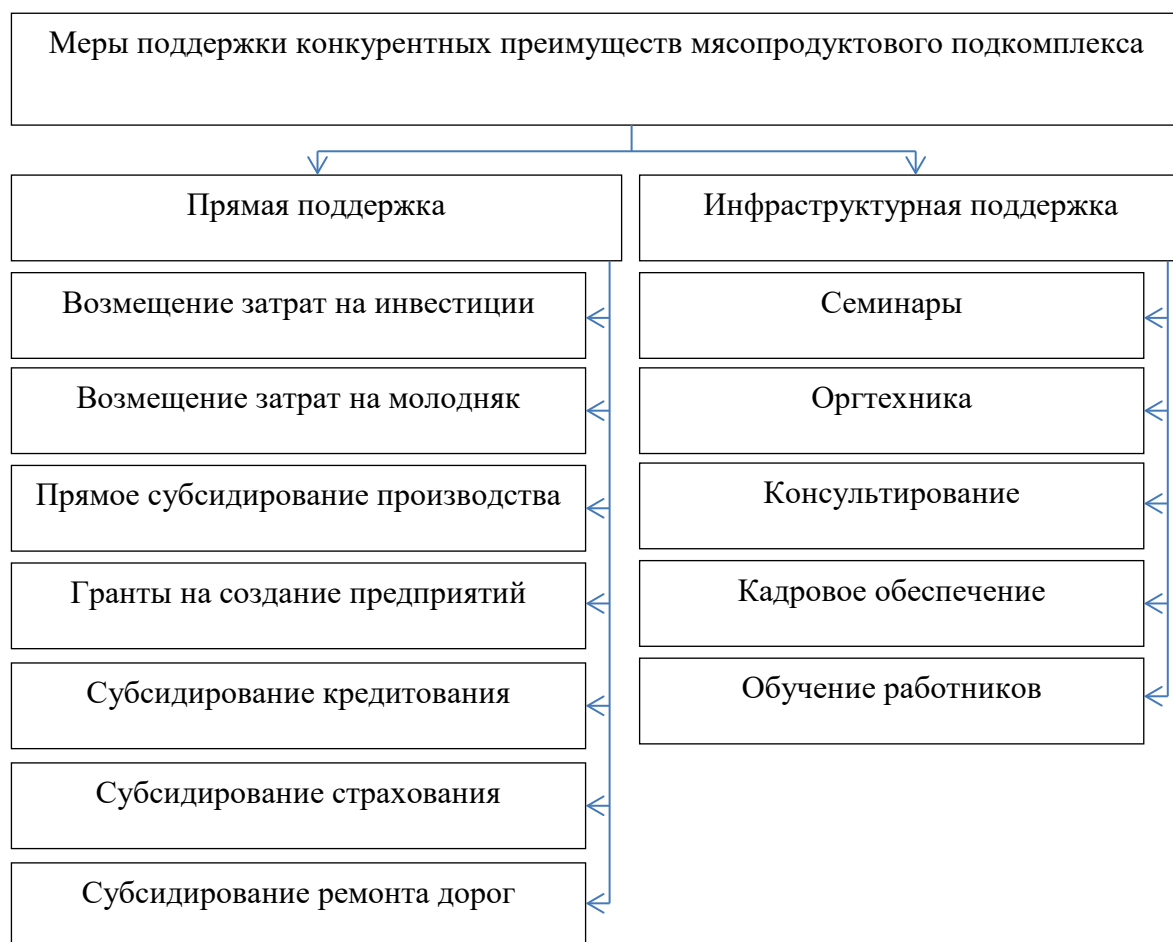


Рисунок 2.23 – Меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельского хозяйства»

Составлено автором по [8, 190]

С учетом классификации мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса программой «Развитие сельского хозяйства» были предусмотрены как меры прямой поддержки, считающиеся нежелательными в силу прямого предоставления финансирования конкретным производителям, так и меры развития инфраструктуры мясопродуктового подкомплекса.

Как с точки зрения разнообразия использованных мер, так и с точки зрения объемов финансирования преобладали меры прямой поддержки конкурентных преимуществ. Для достижения результатов в краткосрочном периоде они более эффективны, поскольку предполагают непосредственное покрытие части затрат. Как следствие, производитель имеет возможность нарастить объемы выпуска мясной продукции, но при этом он не сталкивается непосредственно с

конкуренцией, поскольку имеет возможность покрытия части затрат, которые при обычных условиях покрывались бы самим участником мясопродуктового подкомплекса, за счет государственных субсидий.

Направления субсидий в отношении мясопродуктового подкомплекса представлены на рисунке 2.24.



Рисунок 2.24 – Субсидии производителям мясной продукции при реализации программы «Развитие сельского хозяйства»

Составлено автором по [8]

Субсидии были ориентированы на расширение уже существующих мясных производств либо создание нового бизнеса, занимающегося производством мясной продукции.

Эти меры были, безусловно, необходимы в условиях замещения импорта, но использованные меры сложно рассматривать как стратегические по отношению к поддержке конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Как показал анализ показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, в условиях начала экономического кризиса наблюдалось ослабление позиций новосибирских производителей на рынке. Только в последующем, благодаря использованию рыночных механизмов и приспособлению к запросам потребителей, конкурентные позиции начали усиливаться. Тем не менее доступные региональным властям объемы финансирования не были перераспределены в пользу инфраструктурных мер, направленных на управление факторами конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Это было связано с механизмами финансирования, представленными на рисунке 2.25.

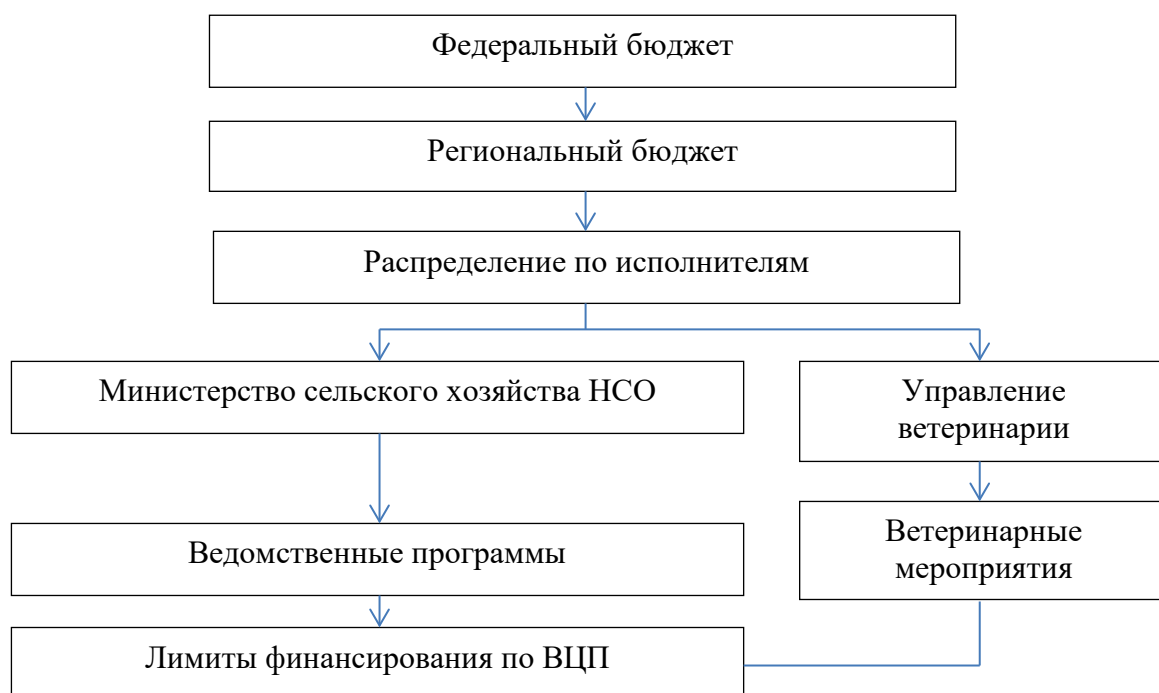


Рисунок 2.25 – Механизмы финансирования затрат на меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельского хозяйства»

Составлено автором по [8, 204]

Значительная часть финансирования причиталась региональным властям благодаря федеральной поддержке развития сельского хозяйства в рамках общей стратегии замещения импорта. Финансирование распределялось через Управление ветеринарии и Министерство сельского хозяйства НСО. Управлением ветеринарии покрывались затраты на ветеринарные мероприятия, при этом сумма финансирования была увеличена. Министерство сельского хозяйства региона доводило до получателей субсидии в пределах финансирования ведомственных целевых программ, к тому же распоряжался и финансированием за счет федерального бюджета [204]. Учитывая необходимость наращивания производства мясной продукции в период принятия программы «Развитие сельского хозяйства», меры поддержки как на федеральном, так и на региональном уровне были вполне оправданны, но в последующем региональное правительство не использовало имевшиеся финансовые ресурсы для разработки мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса, которые имели бы действительно

стратегическое значение и соответствовали бы факторам конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Данные об объемах финансирования по целевой программе представлены на рисунке 2.26.

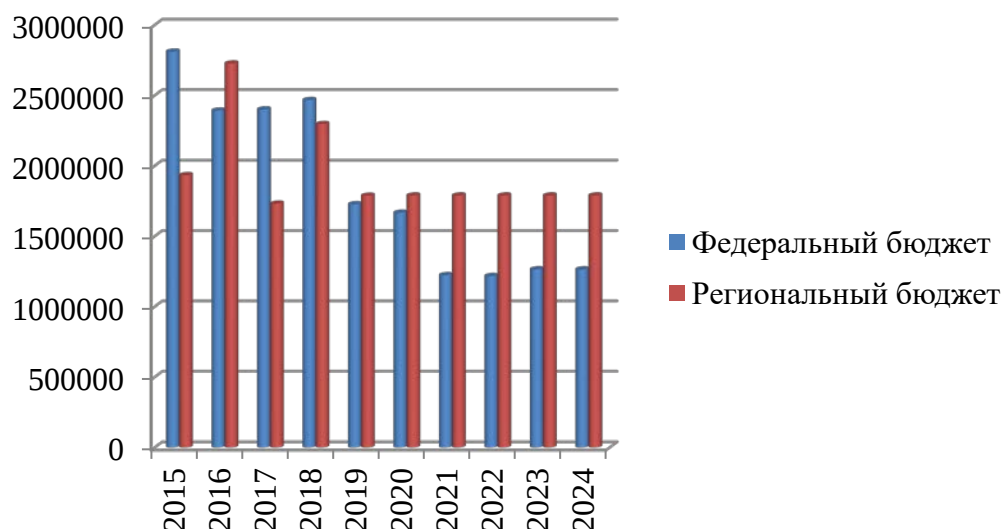


Рисунок 2.26 – Объемы финансирования затрат на меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельского хозяйства» на 2015-2024 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [8, 101]

Основные объемы финансирования пришлись на 2015-2016 гг., – 28,22% общего объема финансирования за счет федерального бюджета и 23,99% всего финансирования из бюджета региона. В целом, с учетом условий разработки программы «Развитие сельского хозяйства», подобное решение было оправданным, в том числе исходя из соотношения мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. В то же время следует учитывать, что в 2015 г. на внебюджетные источники приходилось 74,89% всего объема финансирования, связанного с поддержкой мясопродуктового подкомплекса региона, в 2019 г. их доля составила 81,08%, а к 2024 г. предполагается снижение доли этих источников до 81,93%.

Внебюджетные источники связаны с затратами частных компаний, производителей, действующих в мясопродуктовом подкомплексе региона. Поэтому осуществлять данные затраты, в первую очередь, инвестиции в

расширение возможностей для производства мяса и развитие перерабатывающих мощностей, частный бизнес станет только при условии соответствия подобных инвестиций его конкурентной стратегии.

Помимо прочего, исходя из соотношения различных источников финансирования, использование мер поддержки со стороны региональных властей не создает для крупного бизнеса значительных конкурентных преимуществ. В то же время, как показывает анализ рынка, большая часть производства продукции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области приходится на 10 крупных производителей. Возможно, более обоснованным при разработке мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области было бы создание мер с учетом конкретных стратегий участников.

Меры поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельской местности» представлены на рисунке 2.27.



Рисунок 2.27 – Меры поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса в рамках программы «Развитие сельских территорий»

Составлено автором по [9]

В отличие от программы «Развитие сельского хозяйства», использование мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в рамках программы «Развитие сельских территорий» основывалось преимущественно на мерах инфраструктурной поддержки.

С точки зрения поддержки конкурентных преимуществ инфраструктурная поддержка более эффективна, используемые при этом меры относятся непосредственно к уровню стратегического управления конкурентными преимуществами мясопродуктового подкомплекса региона. Конкретные производители не получают каких-либо преимуществ в виде поддержки государства, поэтому действуют в равных условиях с другими участниками рынка мясной продукции, но при этом пользуясь возможностями для усиления конкурентных преимуществ, созданными на региональном уровне.

Использование инфраструктурных мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области может выстраиваться в соответствии с факторами конкурентоспособности региона. Кроме того, анализ этих факторов позволяет сделать вывод что действительно, одной из ключевых проблем мясопродуктового подкомплекса выступает сокращение численности работников, вовлеченных в производство мяса. Уменьшение общей протяженности автомобильных дорог снижает доступность рынка для производителей из удаленных районов, в то время как именно эти районы способны потенциально увеличить предложение сырья или обеспечить его доведение до конечного потребителя. С учетом уровня оплаты труда в удаленных сельских местностях, стоимость подобной продукции ниже, чем произведенной в других районах Новосибирской области.

Объемы финансирования программы «Развитие сельских территорий» представлены на рисунке 2.28. В отличие от программы «Развитие сельского хозяйства», все затраты на реализацию мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона в рамках программы «Развитие сельских территорий» покрываются только за счет бюджета. Основная часть затрат приходится на региональный бюджет, за счет него

покрываются 53,48% всех расходов на реализацию мер инфраструктурной поддержки производителей мясной продукции.

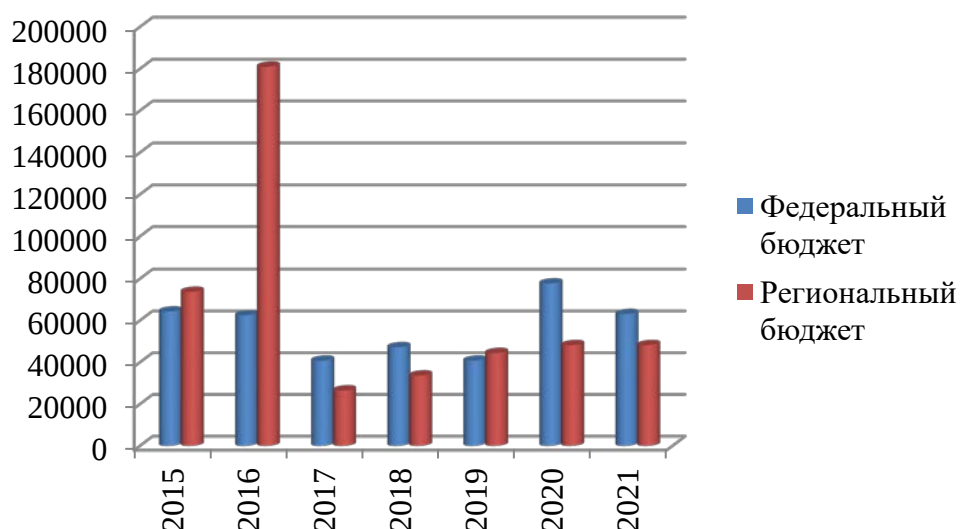


Рисунок 2.28 – Объемы финансирования программы «Развитие сельских территорий» на 2015-2021 гг., тыс. руб.

Составлено автором по [9, 101]

Основной объем финансирования, как и по программе «Развитие сельского хозяйства», был выделен в 2015-2016 гг. По программе «Развитие сельских территорий» на этот период приходится 31,99% всех расходов федерального бюджета на меры поддержки конкурентных преимуществ и 55,91% затрат из регионального бюджета. С точки зрения источников финансирования преимуществом данной программы следует считать использование только средств бюджетов, внебюджетных источников не предусмотрено.

Как следствие, осуществив вложения в развитие инфраструктуры сельской местности, региональные власти создают для всех компаний мясопродуктового подкомплекса, заинтересованных в развитии производственной базы и более эффективном использовании конкурентных преимуществ Новосибирской области, равные возможности, при этом инфраструктура может использоваться на протяжении длительного периода времени. В то же время часть субсидий имеет единовременный характер, хотя созданные с их использованием основные средства могут служить основой для развития мясного производства также в течение длительного времени.

Сопоставление плановых показателей развития конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с фактически достигнутыми результатами по показателю инвестиций производителей представлено на рисунке 2.29.

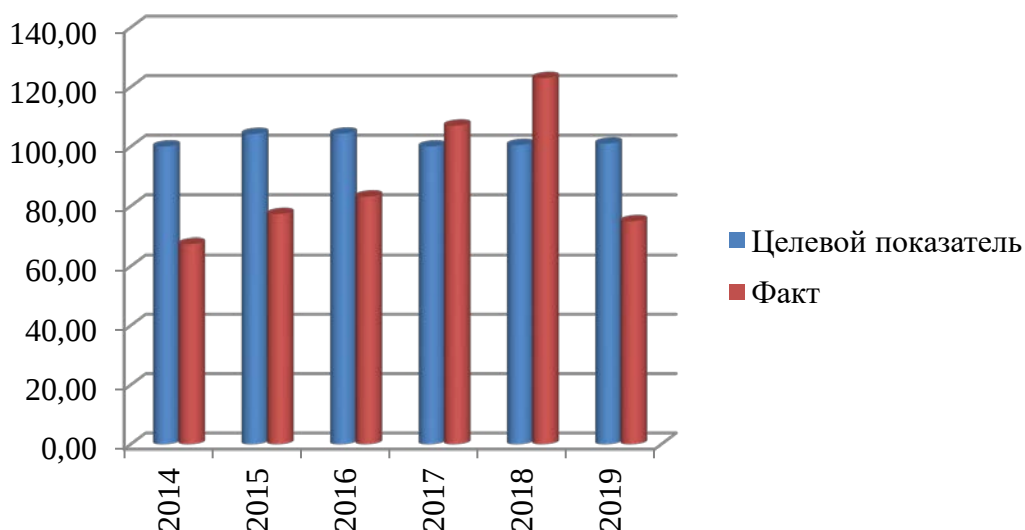


Рисунок 2.29 – Инвестиции в основной капитал производителей мясной продукции Новосибирской области в соответствии с программой «Развитие сельского хозяйства» и фактически за 2014-2019 гг., %

Составлено автором по [8, 213]

В 2015-2016 гг., в период экономического кризиса, инвестиционная активность производителей мясной продукции Новосибирской области была существенно ниже целевых показателей. Объемы инвестиций снижались, хотя предполагалось их увеличение. Учитывая состояние кредитования производителей мясной продукции, основной причиной следует считать недостаточную доступность финансирования, даже при увеличении спроса на продукцию. В период восстановления экономики объемы инвестиций, напротив, существенно превышали целевые показатели, поскольку в распоряжении производителей оказался достаточный объем финансовых ресурсов, бизнес начал приспосабливаться к рынку, стала увеличиваться доля новосибирских производителей на рынке мясной продукции.

Сопоставление плановых показателей развития конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с

фактически достигнутыми результатами по показателю производства продукции животноводства представлено на рисунке 2.30.

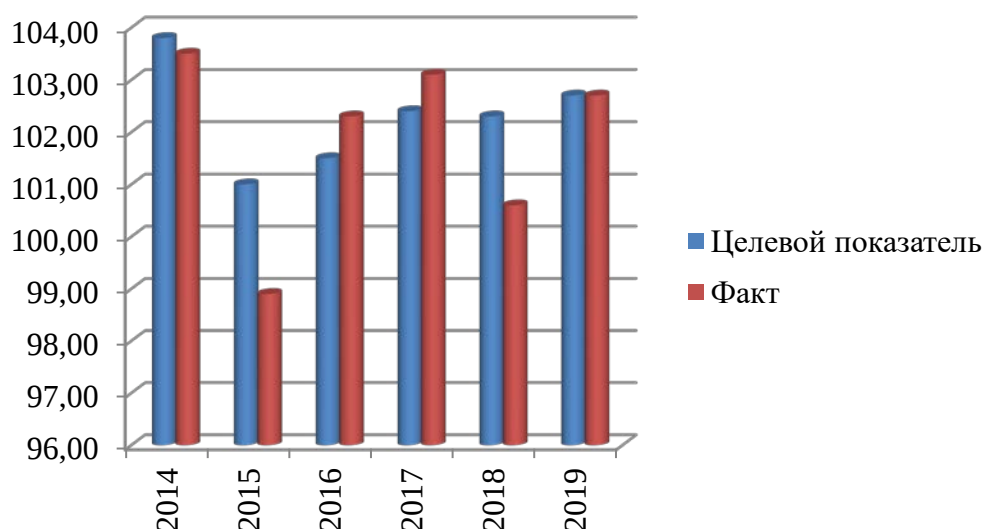


Рисунок 2.30 – Индекс производства продукции мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в соответствии с программой «Развитие сельского хозяйства» и фактически за 2014-2019 гг., %

Составлено автором по [8, 213]

В отличие от инвестиций, производство мяса развивалось в Новосибирской области уже с 2016 г., хотя в 2015 г. наблюдалось его снижение на 1,1%, несмотря на то что в соответствии с целевыми показателями увеличение должно было составлять 1,00%. В последующие годы рост производства мяса также происходил неравномерно, в 2017 г. он был выше целевых показателей, в 2018 году возросло, но меньше, чем предполагалось, а в 2019 г. было достигнуто соответствие между целевыми показателями и фактическими результатами производственной деятельности компаний мясопродуктового подкомплекса.

Производители в мясопродуктового подкомплекса наиболее эффективно воспользовались субсидиями на увеличение производства мяса, а не на переработку. Определяется подобное решение, в первую очередь, продолжительностью производственного цикла, поскольку инвестиции в основной капитал окупаются длительный период времени, а значительная часть затрат должна была осуществляться за счет средств самих производителей.

Сопоставление плановых показателей развития конкурентных

преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с фактически достигнутыми результатами по рентабельности представлено на рисунке 2.31.

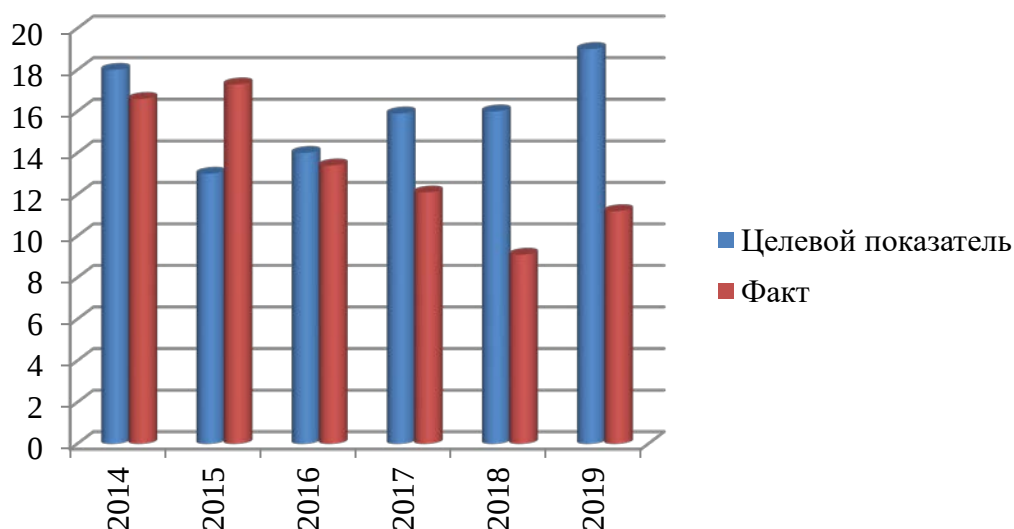


Рисунок 2.31 – Рентабельность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в соответствии с программой «Развитие сельского хозяйства» и фактически за 2014-2019 гг., %

Составлено автором по [8, 213]

Программа «Развитие сельского хозяйства» была ориентирована, в первую очередь, на создание внутренних конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса. Предполагалось активное наращивание объемов производства мясной продукции, что требовало снижения затрат. В 2015 г. показатели оказались даже выше целевых, поскольку в этот период производители эффективно использовали фактор роста цен на продукцию мясопродуктового подкомплекса, но в 2016-2019 гг. фактическая рентабельность была ниже целевых показателей. В 2016 г. основной причиной выступали последствия экономического кризиса, а также рост конкуренции со стороны крупнейших российских производителей, однако в 2017-2019 гг. мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области вполне эффективно взаимодействовал с рынком.

В этот период производители начали ориентироваться, прежде всего, на дифференциацию спроса, а не на увеличение емкости рынка. Об этом

свидетельствуют как показатели доли новосибирских производителей на рынке мясной продукции, так и структура продаж. Кроме того, именно в этот период стала возрастать доля коммерческих расходов в полной себестоимости. Мясопродуктовый подкомплекс стал ориентироваться на внешние конкурентные преимущества, а они не предполагают высокой рентабельности.

Сопоставление плановых показателей развития конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с фактически достигнутыми результатами по показателю производства скота представлено на рисунке 2.32.

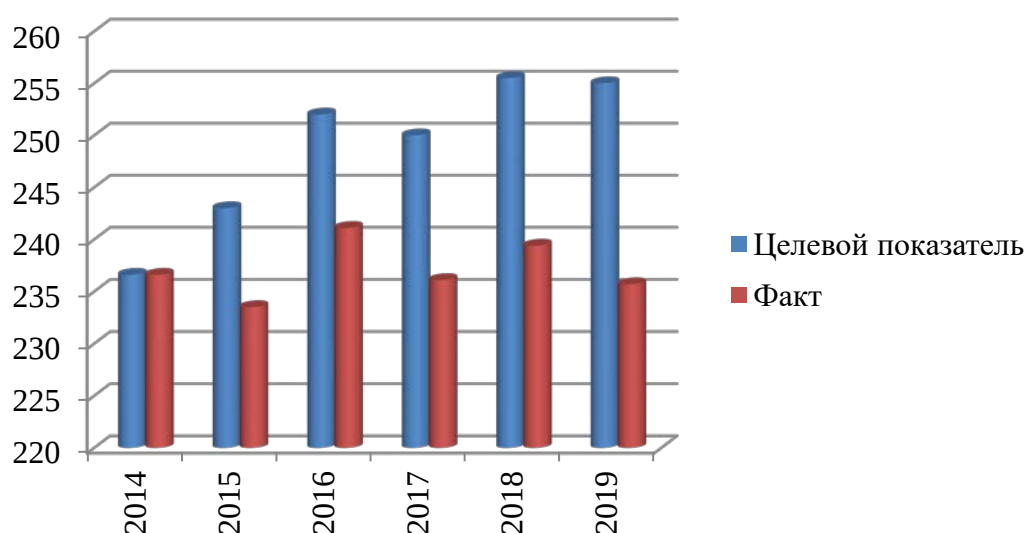


Рисунок 2.32 – Производство скота мясопродуктовым подкомплексом Новосибирской области в соответствии с программой «Развитие сельского хозяйства» и фактически за 2014-2019 гг., тыс. т

Составлено автором по [8, 213]

Хотя индекс производства продукции мясопродуктового подкомплекса в целом превышал целевые показатели, фактическое производство мяса было меньше целевых параметров по программе «Развитие сельского хозяйства». Основной причиной следует считать ориентацию производителей мяса на спрос со стороны конечных потребителей, а также производителей мясной продукции.

Увеличение спроса в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области было достигнуто, об этом свидетельствует повышение как производственных показателей конкурентоспособности мясопродуктового

подкомплекса региона, так и рыночных, в том числе в реальном выражении. Тем не менее спрос на продукцию не был столь высок, как предполагалось. Возможной причиной медленного увеличения производства мяса в Новосибирской области выступает и несовершенство институтов, обеспечивающих взаимодействие независимых производителей с конечными потребителями продукции мясопродуктового подкомплекса. То, что значительная часть небольших компаний не придерживается определенной стратегии конкурентоспособности, это же является фактором замедления прироста производства мяса в регионе.

Таким образом, использование меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области включают в себя как меры прямой поддержки, так и развитие инфраструктуры, необходимой для более эффективной конкуренции между производителями мясной продукции, организации производственных отношений и взаимодействия с потребителями. Приоритеты, определяющие выбор мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области, складывались в условиях введения торговых ограничений и ослабления рубля. В этот период важное значение для всей российской экономики имело замещение импорта, поскольку Новосибирская область обладает конкурентными преимуществами с точки зрения производства мясной продукции, а активная поддержка региональными властями производителей была вполне обоснованной. Основными мерами поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области с точки зрения развития производства стала прямая поддержка производителей, позволившая увеличить производство мясной продукции. Была задействована, в первую очередь, поддержка субсидиями, они предназначались как для расширения производства мяса, так и для приобретения основных средств. Значимую роль приобрели и ветеринарно-санитарные мероприятия. Бюджетное финансирование предоставлялось также для создания малых предприятий, выпускающих мясную продукцию. Преимуществом подобного решения выступала возможность увеличения

производства мясной продукции в короткие сроки, но не учитывались факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, меры поддержки были нацелены только на краткосрочный эффект.

Это нашло свое проявление в том числе в сравнительно медленном увеличении производства мясной продукции и мяса (1,9% за 2014-2016 гг. и сокращение на 2,24% за 2016-2019 гг.), объем инвестиций уменьшился на 57% за 2014-2016 гг. Одной из причин следует считать несоответствие мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области конкурентным стратегиям многих производителей. Стратегические приоритеты развития мясопродуктового подкомплекса были ориентированы в главным образом, на увеличение объемов производства, что соответствовало внутренним конкурентным преимуществам. Значительная часть крупных и средних производителей предпочитают стратегию внешних преимуществ либо ориентируются на сочетание качества продукции с ее ценой.

В условиях роста конкуренции со стороны крупнейших российских производителей мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области действовал недостаточно эффективно (снижение рентабельности с 16,6% в 2014 г. до 12,1% в 2017 г.), одной из причин был недостаточный объем финансирования (рост общего объема поддержки в 10,75 раза за 2014-2019 гг., инфраструктурная поддержка увеличилась только на 48,30% в 2014-2016 гг. и в 2.44 раза за 2014-2019 гг.).

В начальный период экономического кризиса небольшие производители начали увеличивать производство мяса (рост на 1,9% в 2014-2016 гг.), но поскольку производители мясной продукции не были готовы к конкуренции с крупнейшими российскими производителями, и при этом медленно наращивали инвестиции в перерабатывающие мощности, в последующем увеличение производства мяса замедлилось (сокращение на 2,24% в 2016-2019 гг.). Все это сказалось на показателях рентабельности мясопродуктового подкомплекса (снижение с 16,6% в 2014 г. до 12,1% в 2017 г. и до 11,2% в 2019 г.).

Использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового

подкомплекса региона в этот период не в полной мере эффективно (сокращение продаж в постоянных ценах на 18,86% за 2014-2017 гг.). В условиях восстановления экономики новосибирские производители более активно использовали возможности, связанные с диверсификацией потребительского спроса (увеличение продаж в постоянных ценах на 15,74% за 2017-2019 гг.), начали усиливать конкурентные позиции, но рентабельность возрастала медленными темпами (увеличение с 3,5% в производстве мясной продукции за 2017 г. до 4,1% в 2019 г.), в том числе из-за повышения доли коммерческих расходов в полной сумме затрат (3,35% в 2014 г. и 4,53% в 2019 г.).

Это свидетельствует об ориентации многих производителей в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области на стратегию внешних конкурентных преимуществ, в то время как использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса ориентировано, в первую очередь, на внутренние конкурентные преимущества. Ряд небольших производителей мясной продукции в регионе по-прежнему не придерживаются четко выраженной конкурентной стратегии, но для использования этими производителями мер поддержки конкурентоспособности, данным производителям необходима четкая конкурентная стратегия (предпочтительны внешние преимущества на основе диверсификации). Все это позволяет сделать вывод о возможности совершенствования используемых мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области для создания конкурентных преимуществ производителей мясной продукции региона и более эффективного удовлетворения запросов потребителей.

3 ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЯСОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

3.1 Обоснование методики оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона

Обзор практики использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса позволяет сделать вывод, что в целом российскими регионами задействована значительная часть возможностей для поддержки производителей, используемых в практике других стран. Исключение составляют только общие меры защиты конкуренции и поддержка ассоциаций производителей мясной продукции либо иных институтов, обеспечивающих взаимодействие предприятий с органами власти, но эти меры не являются специфическими именно для мясопродуктового подкомплекса, необходимы они в целом для экономики. При использовании практически всех мер поддержки мясопродуктовый подкомплекс большинства российских регионов не обладает такой же конкурентоспособностью, какой обладают производители в других странах. Необходимо повышение эффективности используемых мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, поскольку его развитие относится к приоритетным национальным интересам и одновременно гарантирует развитие потребительского рынка.

Повышение эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса должно обеспечивать достижение ряда значимых результатов, методика определения которых, с учетом уточнения понятия конкурентоспособности, способов поддержки конкурентных преимуществ производителей и практики их поддержки за рубежом, будет рассмотрена ниже.

Региональным властям, воздействуя на наиболее значимые аспекты функционирования мясопродуктового подкомплекса региона, ориентируясь на конкурентные стратегии производителей, факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, а также технологическую составляющую, должны создать условия, в которых продукция всех производителей в регионе будет востребована рынком.

Схема по повышению эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона представлена на рисунке 3.1.



Рисунок 3.1 – Схема по повышению эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса НСО

Составлено автором по [31, 35, 53, 69-72, 88, 95, 107]

Параметры исходных условий одновременно определяют способ описания желательных результатов, поскольку меры поддержки обеспечивают целенаправленное воздействие на какую-либо сторону функционирования региональной экономики, и непосредственно исходные условия, опираясь на которые, следует устанавливать конкретные цели управления конкурентными

преимуществами региональных производителей. Оценка мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона признается одним из исходных условий.

Региональные власти уже осуществляют воздействие на конкурентную среду региона, причем с точки зрения методов, предназначенных для повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, это важно независимо от достигнутых результатов, поскольку дает представление о взаимосвязях, объективно существующих в региональной экономике [25, 53]. Это источник исходных данных для выбора аспектов функционирования подкомплекса, воздействие на которые обеспечивает для нее наибольший результат и находится в пределах бюджетных ограничений.

Условно весь мясопродуктовый подкомплекс региона можно представить следующим образом:

$$\begin{aligned} y &= f\{FMI_i; CFMI_i; (CS; TF); SE_i\} \\ \Sigma SE_i &\leq B \\ y &\rightarrow \max, \end{aligned} \tag{3.1}$$

где y – целевой параметр конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона;

FMI_i – совокупность параметров факторов конкурентоспособности подкомплекса региона, не контролируемых региональными властями (рыночные факторы);

$CFMI_i$ – совокупность параметров факторов конкурентоспособности подкомплекса региона, контролируемых региональными властями;

CS – корпоративные стратегии (не оцениваемый количественно показатель);

TF – технологические факторы (не оцениваемый количественно показатель, связан с FMI_i , поскольку влияет на использование уже сложившихся факторов конкурентоспособности региона;

SE_i – количественная оценка параметров мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (ведется в денежном

выражении, поскольку, как показал обзор способов поддержки, в любом случае за счет государства осуществляются определенные расходы, даже если они не связаны с прямыми субсидиями производителям);

В – величина регионального бюджета для поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (ограничения задаются в динамике за ряд лет по целевой программе).

Иначе говоря, при заданных ограничениях и исходя из конкретных факторов, определяющих конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса, необходимо повысить эффективность мер поддержки конкурентных преимуществ производителей с тем, чтобы достичь наибольшей конкурентоспособности производителей. Учитывается, что региональные власти могут влиять не на все, а только на некоторые аспекты функционирования мясопродуктового подкомплекса (CFMI_i), что важно, поскольку воздействие на эти факторы соответствует мерам поддержки. Принимается во внимание следующее условие:

$$\begin{aligned} r(FMI_i; CFMI_i) &< r(FMI_i; f) \\ r(FMI_i; CFMI_i) &< r(CFMI_i; f), \end{aligned} \quad (3.2)$$

где r – коэффициент корреляции.

Иначе говоря, региональные власти должны осуществлять воздействие на факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, которые способны контролировать. В противном случае конкурентное преимущество, даже если оно создается, продолжает оставаться только потенциальным.

Уточняется условие по технологическим параметрам. Они не входят в факторы конкурентоспособности региона, за исключением уже созданных и используемых большинством производителей технологий, технологические параметры невозможно измерить. Это означает, что технологические факторы уже включены в оценку факторов конкурентоспособности региона либо еще не созданы (могут быть разработаны научно-исследовательскими компаниями в регионе, используются, но в других регионах или за рубежом). Это важно с точки зрения повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности

региона, поскольку региональные власти могут осуществлять только затраты на технологическое развитие подкомплекса, причем не на модернизацию производства, а именно на исследования и разработки, как в ряде зарубежных стран.

В этом случае технологические факторы исключаются из перечня исходных условий для оценки (использование технологической составляющей развития мясопродуктового подкомплекса выступает уже результатом). Целевая функция с позиций повышения эффективности мер поддержки подкомплекса может быть представлена следующим образом:

$$y = f\{FMI_i; CFMI_i; (CS); SE_i\} \quad (3.3)$$

$$FMI_i = \text{const.}$$

Параметры факторов конкурентоспособности подкомплекса (FMI_i) признаются неизменными, поскольку от региональных властей они не зависят, кроме того, должно выполняться условие об отсутствии достаточно тесной связи между оценками параметров (3.2). Данные ограничения и условия позволяют уточнить содержание преобразований, необходимых на уровне регионального управления для повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.

Алгоритм оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона представлен на рисунке 3.2. Оценка мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона требует, в первую очередь, определенности основных характеристик (границы подкомплекса), а также наличия общего представления о закономерностях развития и механизмах функционирования мясопродуктового подкомплекса. Хотя предполагается использование регрессионной модели, следует учитывать, что сама по себе модель является только упрощенным представлением о действительности, а это означает, что она отражает только зависимости, существующие на математическом уровне, никак не обеспечивая отражение реальных закономерностей функционирования подкомплекса. При создании модели в

любом случае какие-то аспекты не учитываются, поэтому, исследуя исходное состояние подкомплекса, необходимо не только определить ее основные характеристики, но и описать структуру с тем, чтобы в последующем при построении модели в нее были включены переменные, соответствующие описанию и экономическому содержанию каждой из составляющих конкурентоспособности подкомплекса.



Рисунок 3.2 – Алгоритм оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона

Составлено автором

Для наглядности это может быть представлено в виде рисунка 3.3.

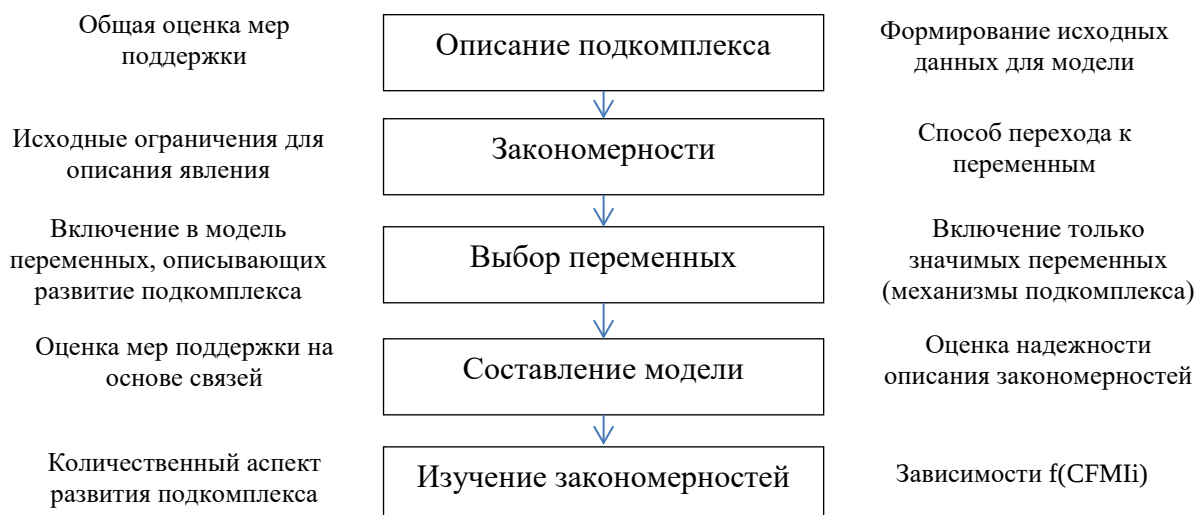


Рисунок 3.3 – Переход от описания подкомплекса к регрессионной модели

Составлено автором

Модель дает только количественную оценку связей между показателями, описывающими отдельные явления, но использование регрессии позволяет оценить ожидаемый результат использования определенных мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, как следствие, повышение эффективности этих мер ведется на основании предполагаемых результатов.

Институты необходимо описать, поскольку иначе неизвестны условия для выработки последующих рекомендаций. Количественное измерение институтов как сложившихся связей невозможно, поскольку эти показатели уже включаются в параметры, описывающие функционирование мясопродуктового подкомплекса. Выделение факторов конкурентоспособности на описательном уровне позволяет в последующем перейти к выбору параметров для количественной оценки.

Варианты показателей оценки конкурентоспособности подкомплекса представлены на рисунке 3.4. В научной литературе указывается на возможность использования также расчетных показателей конкурентоспособности [40]. Для оценки мясопродуктового подкомплекса этот вариант неприемлем. Расчетный показатель формируется на основе определенных значимых переменных, при

этом о значимости переменных вывод делается до их отбора.



Рисунок 3.4 – Варианты показателей оценки конкурентоспособности
мясопродуктового подкомплекса

Составлено автором

В этом случае возникает ситуация, когда переменные, составляющие расчетный показатель конкурентоспособности, также входят в модель:

– расчетная модель:

$$y = f(D_i), \quad (3.4)$$

где D_i – переменные для расчетного показателя;

– выбор переменных для расчетной модели:

$$D_i \in \{FMI_i; CFMI_i\} \quad (3.5)$$

Переменные выбираются из показателей, которые используются в модели;

– существующие связи:

$$r(y; \{FMI_i; CFMI_i\}) \rightarrow 1. \quad (3.6)$$

Поскольку расчетный показатель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса формировался по переменным, использованным в модели, со всеми включенными в расчетный показатель переменными будет существовать прямая связь. Это означает, что необходимо выбирать показатели оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса из нескольких вариантов, руководствуясь условием:

$$\begin{aligned} r(y_i; \{FMI_i; CFMI_i\}) &> r(y; \{FMI_i; CFMI_i\}) \\ r(y_i; \{FMI_i; CFMI_i\}) &\rightarrow 1, \end{aligned} \quad (3.7)$$

где u_i, u_j – различные варианты показателей оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса.

Другим вариантом является оценка экономического содержания каждого из возможных вариантов на основании описания исходных условий поддержки конкурентоспособности. Если анализ закономерностей мясопродуктового подкомплекса региона позволяет сделать вывод, что оценка конкурентоспособности может быть проведена строго определенным образом, именно этот вариант и выбирается для дальнейшей разработки модели, поскольку лучше отражает закономерности подкомплекса. Конкурентные стратегии участников относятся к факторам конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, но оценить их в количественном выражении невозможно. Кроме того, существует большое количество участников, это означает, что описать стратегию каждого участника, затем воспользоваться методом Спирмена для ранговой корреляции невозможно. Исходя из сущности конкурентных стратегий [78-81], можно предложить другой метод. Его характеристика представлена на рисунке 3.5.

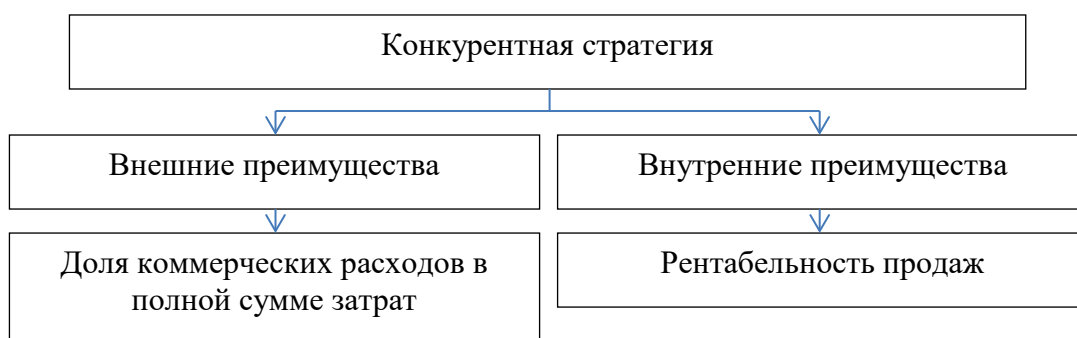


Рисунок 3.5 – Обоснование количественной оценки конкурентной стратегии предприятий мясопродуктового подкомплекса региона

Составлено автором

Стратегия внешних преимуществ связана со значительными затратами на маркетинг [15, 32, 112] и логистику, следовательно, для организации с подобной стратегией характерна высокая доля коммерческих расходов:

$$D_{KP} = KP / (C_{np} + KP + UP), \quad (3.8)$$

где D_{KP} – доля коммерческих расходов;

КР – коммерческие расходы;

С_{пр} – себестоимость продаж;

УР – управленческие расходы.

Предлагаемые показатели учитываются на уровне региональной статистики и могут использоваться для оценки конкурентных стратегий, характерных для большинства производителей в мясопродуктового подкомплекса региона.

Внутренние преимущества всегда связаны с низкой ценой, они обеспечиваются контролем всех производственных затрат и выражаются рентабельностью продаж:

$$P_{\text{пр}} = \Pi_{\text{пр}} / B, \quad (3.9)$$

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

$\Pi_{\text{пр}}$ – прибыль от продаж;

B – выручка.

Данный показатель также учитывается на уровне региональной статистики.

В качестве основы для количественной оценки конкурентной стратегии предприятий мясопродуктового подкомплекса региона используется компания-аналог. Выбираются крупные компании мясопродуктового подкомплекса, одна из которых придерживается стратегии внешних преимуществ, другая ориентирована на внутренние преимущества. Показатели по этим компаниям позволяют судить о конкурентной стратегии других производителей.

Описание уровня регулирования дает предварительную оценку мер поддержки конкурентоспособности региона, в дополнение к анализу целевых показателей учитывается теснота связи затрат на поддержку конкурентоспособности региона и показателя конкурентоспособности. Условие эффективности используемых мер:

$$r(y;B) \rightarrow 1. \quad (3.10)$$

Содержание этапа построения модели представлено на рисунке 3.6.

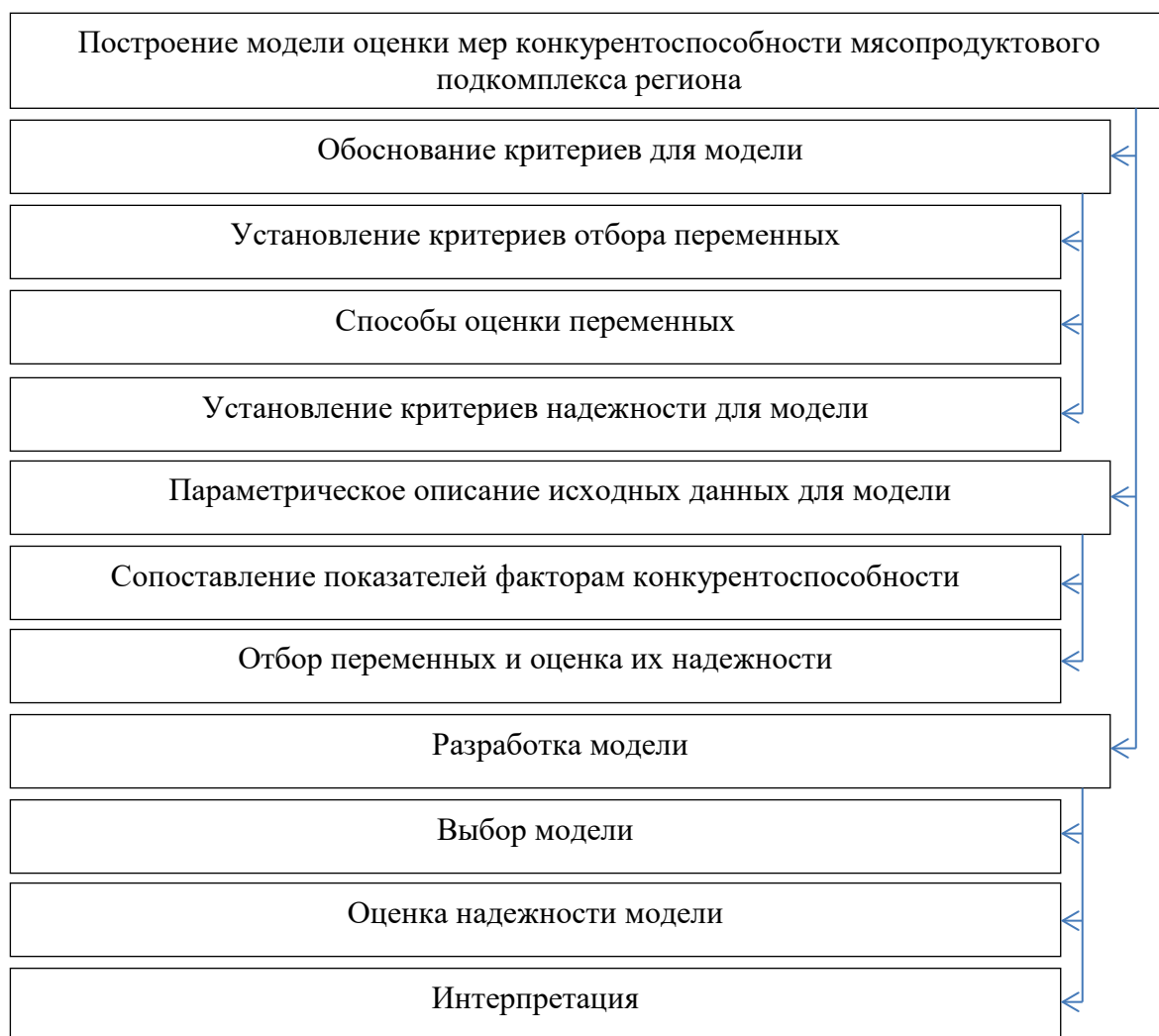


Рисунок 3.6 – Построение модели оценки мер конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса региона

Составлено автором

На этапе обоснования критериев должны быть установлены правила их отбора. Критерий отбирается, если он тесно связан с показателем конкурентоспособности и в меньшей мере – с другими переменными. Этот этап отбора является предварительным, поскольку критерии в реальной экономике могут быть связаны между собой не напрямую (в этом случае в модель не включается зависимая переменная), а через общеэкономические факторы. Например, возрасть могут одновременно поголовье скота (сырьевая база) и протяженность автомобильных дорог, но причиной выступает не связь этих показателей между собой, а общий экономический рост. Способы оценки необходимы для некоторых критериев, не имеющих количественного

выражения. Примером служит конкурентная стратегия, но, помимо этой переменной, в ходе отбора целевых показателей может потребоваться обоснование других критериев, связанных с факторами конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса не напрямую.

Если фактору конкурентоспособности невозможно сопоставить конкретную переменную, она не включается в модель, что учитывается при оценке надежности модели.

Критерии надежности устанавливаются для модели в целом, отдельных переменных и соответствия переменных модели. Для модели в целом используется F-критерий Фишера, надежность переменных в модели оценивается на основании t-критерия Стьюдента, выполнение условий по надежности модели позволяют использовать ее для последующего сравнения с другими моделями, если их разрабатывается несколько.

Выбранные критерии позволяют судить о надежности модели в целом, но дополняются другими показателями, позволяющими оценить ее надежность после предварительного вывода о достоверности модели (описания моделью именно конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона в соответствии с заданными параметрами).

Этап параметрического описания исходных данных модели непосредственно направлен на формирование переменных для модели, описывающих факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, после предварительного описания этих переменных они оцениваются на основе критериев отбора переменных.

При наличии нескольких моделей, каждая из которых обладает приблизительно равными критериями надежности, последующее сравнение ведется в соответствии с критериями достоверности моделей и предпочтение отдается модели, в которой переменные наиболее достоверны и лучше связаны с показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

После выбора итоговой модели и вывода о ее достоверности проводится

интерпретация. Учитывается, что полученная модель характеризует только значение, но не размерность показателей. Знаки в модели соответствуют связи между переменными, отражая более сильное или более слабое влияние на результирующий показатель. Поэтому, если переменная связана с показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона обратной связью, а по экономическому смыслу должна существовать положительная связь, это означает, что другие показатели, находятся в более тесной прямой связи с показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона и их влияние более существенно.

Таким образом, обоснована методика оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Региональные власти, воздействуя на наиболее значимые аспекты функционирования мясопродуктового подкомплекса региона и ориентируясь на конкурентные стратегии производителей, факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, а также технологическую составляющую, должны создать условия, в которых продукция всех производителей в регионе будет востребована рынком.

Особенностями предложенной методики являются:

- предложены исходные условия, учитывающие специфику мясопродуктового подкомплекса (специализация по этапам производства, вертикальная интеграция крупнейших участников, кооперация как источник опыта конкуренции, технологическое влияние, неравное распределение затрат, сочетание контроля затрат и внешних преимуществ). На основе которых выбираются критерии, соответствующие переменным в модели, описывающей зависимость конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса от использования мер поддержки конкурентоспособностью подкомплекса;

- необходимо учитывать ограничения при построении модели, связанные с доступными объемами финансирования из регионального бюджета. Поскольку оцениваются меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, принимаются во внимание данные целевых программ региона;

– выделяется совокупность параметров факторов конкурентоспособности подкомплекса региона, контролируемых региональными властями, что соответствует возможным направлениям воздействия региональных властей на конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона, поскольку воздействие может вестись только на эти переменные;

– обоснован способ количественной оценки стратегий организаций мясопродуктового подкомплекса, основанный на сравнении отраслевой статистики с параметрами крупных производителей в подкомплексе, придерживающихся строго определенной стратегии конкурентоспособности.

3.2 Исходные параметры для апробации методики и их оценка

Предложенная методика повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона позволяет описать зависимость между отдельными переменными, составляющими факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, а также меры поддержки ее конкурентных преимуществ, и результирующим показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Этот показатель является обобщающим, он отражает использование факторов и мер производителями, а модель дает представление о характере существующих связей. С точки зрения повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса это означает возможность принятия региональными властями более обоснованных решений об использовании различных мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона в их сочетании. Методика дает возможность уточнить перечень мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (по тесноте связи показателей и коэффициентам в модели регрессии) исходя из необходимости увеличения объемов выпуска продукции, востребованной потребителями и позволяющей компаниям получать прибыль.

Для разработки модели в соответствии с предлагаемой методикой

необходимо, в первую очередь, обоснование зависимой переменной, описывающей состояние конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Было показано, что производственный метод и метод рыночной оценки в текущих ценах использоваться не могут, поскольку в этих показателях имеется тренд. Оценка производственным методом, с учетом значения коэффициента автокорреляции и критерия Дарбина-Уотсона, приемлема только для описания краткосрочного состояния мясопродуктового подкомплекса, а необходимо обосновать стратегические решения, направленные на более эффективное использование мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

Следует оценить тесноту связи между показателями, характеризующими факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, и отдельными переменными, которые могут ее описывать. Более тесно связанный с этими переменными показатель используется в качестве переменной, описывающей конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса. Выбор, с учетом результатов обоснования временных границ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, делается между индексным методом и рыночной оценкой конкурентоспособности в постоянных ценах.

Описание исходных факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона представлено в Приложении А. Используются два обозначения переменных, поскольку в расчетах важно просто любое обозначение позволяющее однозначно определить показатель, а для модели необходимо также учитывать связь между мерами поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и фактором конкурентоспособности. Иначе говоря, обозначение переменной для модели позволяет судить о возможности регулирования этой переменной за счет участия региональных властей в развитии конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. При формировании переменных, описывающих факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, использованы

результаты анализа ее состояния, в первую очередь, выделенные в ходе анализа недостатки. Перечень факторов является предварительным, поскольку некоторые из них могут быть и не значимыми в модели. Поэтому для дальнейших расчетов используются представленные в Приложении А обозначения переменных. Если одна из переменных исключается, обозначения остаются прежними. При использовании агрегированного показателя, представляющего собой сумму нескольких переменных (это необходимо при расчетах показателей бюджетных затрат на поддержку конкурентоспособности новосибирских производителей), он обозначается как первый показатель в последовательности, из которой составляется агрегированный показатель.

Размерность показателей используется только для формирования первоначальных значений, а сама по себе модель размерности не имеет.

В Новосибирской области в 2008-2019 гг. было реализовано несколько программ поддержки производителей [8-16], поэтому показатель финансирования рассчитывается на основе экономического содержания каждого из мероприятий. Например, с 2019 г. предполагается «содействие производителям в достижении целевых показателей» [8], но по существу это субсидии на закупку племенного скота, затраты бюджета относятся, как и ранее, на данную меру поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.

На основе данных об итогах реализации целевых программ и самих целевых программ составляются показатели затрат регионального бюджета на поддержку конкурентоспособности мясной мясопродуктового подкомплекса региона. Эти показатели представлены в Приложении Б. Совокупный объем государственной поддержки сельского хозяйства за 2008-2019 гг. увеличился в 12,02 раза, а общий объем поддержки мясопродуктового подкомплекса, включая меры развития инфраструктуры, в равной мере необходимые мясопродуктовому подкомплексу и другим отраслям сельского хозяйства региона, возрос в 10,89 раза [8-16]. Другие отрасли сельского хозяйства Новосибирской области имеют более высокую конкурентоспособность (зерно новосибирских производителей

поставляется на экспорт), их поддержка более перспективна, поэтому ее объемы возрастают более высокими темпами.

Обозначения переменных используются для расчетов и для модели, общий объем финансирования сельского хозяйства региона также включается в расчеты, поскольку в сельском хозяйстве все отрасли связаны между собой.

Увеличение финансирования других отраслей влияет на развитие мясопродуктового подкомплекса, хотя влияние не является прямым.

Представленные данные позволяют сформировать перечень исходных переменных для построения модели, но необходимо еще выбрать способ оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Для этого рассчитывается коэффициент корреляции. Исходные данные для его расчета представлены в Приложении В. Рыночная оценка в постоянных ценах обозначена как y_1 , а оценка конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона с использованием индексного метода как y_2 , в дальнейшем используется показатель y для обозначения выбранного показателя конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Коэффициенты корреляции переменных представлены в Приложении Г. Полученные данные позволяют сделать выводы, представленные в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Результаты сравнения переменных y_1 и y_2 для разработки модели

Показатель y_1	Показатель y_2
1	2
– Протяженность автомобильных дорог находится в обратной зависимости от конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Несмотря на ее сокращение в 2008-2019 гг. действительно было достигнуто повышение конкурентоспособности новосибирских производителей мясной продукции – Существует прямая связь показателя с объемами кредитования, оборотом торговли и занятостью в производстве мяса – Связь с коэффициентом автономии является средней обратной. Это означает, что для наращивания объемов производства и создания конкурентных преимуществ производители в мясопродуктового подкомплекса привлекают заемное	– Наблюдается отрицательная связь индекса производства в мясопродуктового подкомплекса и кредитованием, хотя в условиях ослабления рубля и экономического кризиса льготное кредитование выступало одной из необходимых мер – Прямая связь с занятостью в мясопродуктового подкомплекса означает, что конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса напрямую снижается вслед за сокращением численности занятых, но в 2008-2019 гг. она возростала – Отрицательная связь с показателем оборота торговли означает, что сокращение емкости регионального рынка является

Окончание таблицы 3.1

1	2
в дополнение к собственному капиталу. Это соответствует экономическому содержанию отношений, связанных с финансированием инвестиционных решений	фактором увеличения производства в мясопродуктовом подкомплексе; – Существует прямая связь с показателем протяженности автомобильных дорог, хотя этот показатель снижается
Вывод: более тесно с независимыми переменными связан показатель y_1 , чем y_2 , хотя по каждому из вариантов зависимой переменной существует как прямая, так и обратная связь с независимыми переменными	

Для дальнейшего построения модели используется показатель y_1 , основанный на использовании рыночной оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в постоянных ценах.

Данные о коэффициентах корреляции между исходными независимыми переменными (x_i) дают возможность делать следующие выводы об их особенностях для построения модели:

– независимые переменные преимущественно слабо связаны между собой, это означает, что они могут быть использованы для построения модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области;

– существует прямая очень сильная связь между долей торговых сетей (x_8) и оборотом торговли (x_4), поэтому в дальнейшем должен быть использован только один из этих показателей;

– связь доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) и протяженности дорог (x_1) является обратной, сильной. Это подтверждает предположение о зависимости конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона от развития транспортной инфраструктуры. Меньшая доступность регионального рынка для небольших производителей ограничивает рыночную конкуренцию, это увеличивает долю рынка крупнейших новосибирских компаний, занимающихся производством мясной продукции, но не обеспечивает поддержки местных производителей. В расчетах следует использовать показатель протяженности дорог (x_1) либо показатели

концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14});

– связь доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) с объемами кредитования (x_2) является прямой и очень сильной. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона действительно зависит от кредитования, а также использования мер поддержки подкомплекса, но эта связь проявляется только через долю рынка местных компаний. Следовательно, можно предположить, что реально далеко не всем производителям в мясопродуктовом подкомплексе доступно кредитование, в том числе с учетом мер государственной поддержки, поскольку доля рынка новосибирских производителей отражает, в первую очередь, конкурентные позиции крупнейших предприятий мясопродуктового подкомплекса. При построении модели следует использовать только показатели концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) либо объема кредитования (x_2);

– оборот торговли (x_3) тесно и напрямую связан с показателями концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}), это означает, что наиболее эффективно используют возможности емкого рынка Новосибирской области крупнейшие производители мясной продукции. Учитывая наличие прямой тесной связи между показателем доли коммерческих расходов в полной сумме затрат (x_{12}) и показателями концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}), можно сделать вывод, что для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в целом более эффективна стратегия внешних преимуществ.

В то же время показатели рентабельности подкомплекса (x_{10} и x_{11}) слабо связаны с другими независимыми переменными. Крупнейшие производители мясной продукции в Новосибирской области придерживаются стратегии внешних преимуществ, ориентируясь на высокую емкость рынка и дифференциацию спроса.

Подтверждается это и прямой тесной связью доли коммерческих расходов в затратах (x_{12}) с объемами кредитования (x_2). При повышении доступности заемного финансирования крупнейшие новосибирские производители

предпочитают использовать привлекаемые кредиты для повышения качества продукции и создания разнообразия для потребителей, а не для снижения затрат, поскольку рентабельность находится на вполне приемлемом уровне.

Представленные результаты в совокупности позволяют сделать вывод о более высокой эффективности стратегии, основанной на внешних конкурентных преимуществах, для большинства производителей мясной продукции в Новосибирской области;

– показатели концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) отражают конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, но вследствие наличия прямой тесной связи с факторами конкурентоспособности для построения модели не используются. Наличие прямой тесной связи с факторами конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяет сделать однозначный вывод о большей эффективности стратегии внешних конкурентных преимуществ для производителей в мясопродуктового подкомплекса, но показатели концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) не могут использоваться в качестве зависимой переменной. Они отражают состояние конкурентоспособности только крупнейших производителей мясной продукции, а не подкомплекса в целом. Меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса должны быть ориентированы, в первую очередь, на поддержку небольших производителей, а не крупного бизнеса.

Поэтому оценка тесноты связи показателей концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) позволяет сделать вывод, что крупнейшие производители более эффективно используют возможности рынка, в первую очередь, наличие доступного кредитования ($r_{x2x13} = 0,8789; r_{x2x14} = 0,9117$) и высокую емкость ($r_{x3x13} = 0,8626; r_{x3x14} = 0,8966$), по сравнению с небольшими производителями мясной продукции, придерживаясь при этом конкурентной стратегии внешних преимуществ. Следовательно, данная стратегия эффективна и для мясопродуктового подкомплекса в целом;

– оценка тесноты связи показателя занятости в производстве мяса (x_4) с показателями развития смежных отраслей (x_8 и x_9) и долей коммерческих расходов в затратах производителей мясной продукции (x_{12}), а также долей рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) свидетельствует о недостаточной эффективности использования трудовых ресурсов в производстве мяса.

Связь является отрицательной и сильной либо очень сильной, а это означает, что значительная часть работников используется производителями мясной продукции недостаточно эффективно. Некоторые из производителей в условиях сокращения доступности квалифицированной рабочей силы в сельской местности совершенствуют организацию производства и эффективно участвуют в конкуренции. Наличие обратной тесной связи показателей позволяет включить их в модель, эта связь подтверждает обоснованность использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, направленных на обучение работников, поскольку подобная необходимость действительно существует.

Следовательно, одним из недостатков факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области выступает недостаточная эффективность использования рабочей силы в производстве мяса, поскольку при сокращении численности занятых показатели конкурентоспособности возрастают (имелись лишние работники, увольнение которых не повлияло на общую производительность). Нанимая дополнительных работников, производители, не имеющие четкой конкурентной стратегии, внешних преимуществ не используют, поэтому до потребителей доводить продукцию эффективно не имеют возможности, но и повышения рентабельности подобный подход не определяет.

Именно поэтому более рациональным способом повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса является обучение работников, в целом повышение эффективности использования трудовых ресурсов, а не увеличение численности занятых. Производителям на селе

выгоднее удерживать имеющихся работников, при этом обеспечивая им приемлемые условия проживания, организуя обучение и используя более совершенные технологии производства, а не нанимать дополнительный персонал с низкой квалификацией и недостаточной заинтересованностью в работе на селе;

– отсутствует тесная связь между показателем конкурентоспособности (y) и независимыми переменными (наибольшее абсолютное значение r_{yx18} составляет минус 0,5224). Это означает, что описывать независимые переменные связи с зависимой переменной могут только несколько переменных, первоначальное сочетание независимых переменных не может использоваться для построения модели из-за их большого количества (достоверность отдельных переменных невелика). Поэтому необходим выбор сочетания нескольких независимых переменных в соответствии с критериями надежности модели.

Оценка тесноты связи между показателями конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и независимыми переменными позволяет обосновать выбор рыночного способа ее оценки в постоянных ценах для построения модели как более предпочтительного по сравнению с индексным способом оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Оценка тесноты связи между независимыми переменными дает возможность делать ряд выводов относительно особенностей конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области, уточнить перечень используемых для построения модели показателей.

Также оценивается эффективность использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области:

– используемые меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области недостаточно эффективны, поскольку средняя прямая связь с показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона существует только по улучшению жилищных условий на селе ($r_{y1x27} = 0,6853$). Причем с

индексным способом оценки конкурентоспособности (y_2) связь количественной оценки параметров мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области является еще менее тесной;

– связь между субсидиями на закупку племенного скота и долей рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) является прямой и сильной. Иначе говоря, использование этой меры повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса способствует усилению конкурентных преимуществ, но только крупнейших производителей мясной продукции;

– подобный же вывод может быть сделан и с учетом наличия тесной прямой связи между показателем субсидий на модернизацию производства (x_{25}) и долей рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}). Существует прямая и сильная связь данных показателей с объемами финансирования обустройства населенных пунктов (x_{28}) и общим объемом поддержки сельского хозяйства из регионального бюджета (x_{29});

– Меры поддержки мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области эффективно используются только крупнейшими производителями ($r_{x_{25}x_{13}} = 0,8789$; $r_{x_{25}x_{14}} = 0,9117$; $r_{x_{28}x_{13}} = 0,8626$; $r_{x_{28}x_{14}} = 0,8966$). Благодаря мерам региональной поддержки, они получают возможность создавать конкурентные преимущества и наращивать долю рынка, но использование мер региональной поддержки ориентировано, в первую очередь, на небольших производителей мясной продукции.

Полученные результаты не означают, что меры региональной поддержки производителей мясной продукции используются необоснованно с точки зрения условий ее предоставления, поскольку они регулируются целевыми программами, в которых сформированы специальные разделы, посвященные правилам распределения финансирования.

Это означает, что крупнейшие производители мясной продукции в Новосибирской области более эффективно используют меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона для создания конкурентных преимуществ по сравнению с небольшими производителями,

скупая продукцию по низким ценам в условиях, когда небольшие производители не имеют возможности довести продукцию до конечного потребителя ($r_{yx3} = 0,3336$; $r_{yx8} = 0,2229$).

Тем самым крупнейшие производители мясной продукции в регионе перекладывают значительную часть затрат на небольшие предприятия, занимающиеся производством мяса, поскольку основная часть себестоимости приходится именно на производство мяса, а не на его переработку ($r_{yx10} = 0,1878$; $r_{yx11} = 0,3315$; $r_{yx12} = 0,2891$).

За счет этого крупнейшие производители в мясопродуктовом подкомплексе имеют возможность получения необходимых объемов сырья для производства и эффективно реализуют стратегию внешних конкурентных преимуществ при высокой рентабельности, в то время как небольшие производители, не имея четкой конкурентной стратегии и доступа к конечным потребителям, подобных выгод не получают. Они несут значительную часть затрат на производство конечной продукции, а стоимость закупаемого у них сырья невелика, поэтому низкой является и рентабельность.

Следует учитывать, что данные о рентабельности производства мяса представлены по подкомплексу в целом, но с учетом концентрации рыночной доли можно сделать вывод, что значительная часть производства приходится на крупнейших участников мясопродуктового подкомплекса, в 2019 г. она составила 61,96%. Именно поэтому высоким является и показатель рентабельности мясопродуктового подкомплекса в целом. При этом крупнейшие производители мясной продукции действуют в полной мере рационально, поскольку эффективно используют как возможности рынка, так и преимущества региональной поддержки мясопродуктового подкомплекса, обеспечивающие увеличение производства сырья по приемлемым для них ценам, как следствие, способствующие созданию для крупного бизнеса дополнительных преимуществ.

Таким образом, выбраны показатели, позволяющие описать факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, обоснован способ ее оценки. Для этого используется рыночный метод в

постоянных ценах. На основе тесноты связи между показателями сделан ряд значимых выводов относительно эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, а также особенностей конкуренции между производителями мясной продукции:

- далеко не всем производителям в мясопродуктовом подкомплексе доступно кредитование, в том числе с учетом мер государственной поддержки, поскольку существует прямая сильная связь объемов кредитования мясопродуктового подкомплекса и показателей, характеризующих конкурентные позиции крупнейших новосибирских производителей мясной продукции, а не мясопродуктового подкомплекса региона в целом;

- крупнейшие производители более эффективно используют возможности рынка, в первую очередь, наличие доступного кредитования и высокую емкость по сравнению с небольшими производителями мясной продукции, придерживаясь при этом конкурентной стратегии внешних преимуществ;

- стратегия внешних конкурентных преимуществ является предпочтительной для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в целом, поскольку позволяет наиболее эффективно использовать емкость рынка как один из стратегических факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, при этом дифференциация спроса на мясную продукцию снижает влияние конкуренции со стороны крупнейших российских производителей мясной продукции;

- одним из недостатков факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области выступает недостаточная эффективность использования рабочей силы в производстве мяса, поскольку при сокращении численности занятых показатели конкурентоспособности возрастают. Нанимая дополнительных работников, производители, не имеющие четкой конкурентной стратегии, внешних преимуществ не используют, эффективно доводить продукцию до потребителей не имеют возможности, но и повышения рентабельности подобный подход не

определяет;

– использование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области недостаточно эффективно, поскольку отсутствуют показатели государственной поддержки, для которых связь с конкурентоспособностью подкомплекса была бы прямой и сильной;

– крупнейшие производители мясной продукции в Новосибирской области более эффективно используют меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона для создания конкурентных преимуществ по сравнению с небольшими производителями, скупая продукцию по низким ценам в условиях, когда небольшие производители не имеют возможности довести продукцию до конечного потребителя. Крупнейшие производители мясной продукции в регионе перекладывают значительную часть затрат на небольшие предприятия, занимающиеся производством мяса, поскольку основная часть себестоимости приходится именно на производство мяса, а не на его переработку. За счет этого крупнейшие производители имеют возможность получения необходимых объемов сырья для производства и эффективно реализуют стратегию внешних конкурентных преимуществ при высокой рентабельности, в то время как небольшие производители, не имея четкой конкурентной стратегии и доступа к конечным потребителям, подобных выгод не получают. Они несут значительную часть затрат на производство конечной продукции, а стоимость закупаемого у них сырья невелика, поэтому низкой является рентабельность для небольших производителей мясной продукции.

3.3 Модель оценки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

При построении модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области используются данные о тесноте связи

показателей, в частности, показатели концентрации доли рынка новосибирских производителей (x_{13} и x_{14}) в расчетах не используются, поскольку они тесно связаны с рядом других независимых переменных (x_1 - x_4 , x_8 , x_9 , x_{17} , x_{28} , x_{29}).

Оценка тесноты связи показателей, а также выводы относительно особенностей использования крупнейшими производителями мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяют исключить коэффициенты автономии производителей мясной продукции (x_6 и x_7) и рентабельности (x_{10} и x_{11}) из дальнейших расчетов. Исключен и показатель доли коммерческих расходов в полной сумме затрат производителей мясной продукции (x_{12}).

Эти показатели напрямую с конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса не связаны, но относятся к финансово-хозяйственной деятельности производителей мясной продукции, поэтому с экономической точки зрения данная связь может существовать.

Высокая конкурентоспособность производителей в мясопродуктовом подкомплексе позволяет получать им дополнительную прибыль, как следствие, возрастает рентабельность. Развитие бизнеса преимущественно за счет чистой прибыли повышает значение коэффициента автономии производителя мясной продукции. Исключение данных показателей является обоснованным, а результаты оценки тесноты связи этих показателей с другими независимыми переменными, конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, а также количественной оценкой параметров мер поддержки мясопродуктового подкомплекса региона используются для разработки рекомендаций.

Обоснование исходных данных позволило исключить переменные, которые могут повлиять на надежность модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Устанавливаются критерии надежности самой модели.

При построении модели использовались критерии ее надежности, представленные в таблице 3.2.

Таблица 3.2 – Критерии надежности модели, описывающей конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Показатель	Критическое значение	Описание
R	0,9	Коэффициент детерминированности. Представляет собой тесноту связи между эмпирическими данными (исходные показатели) и теоретическими данными (рассчитаны по модели)
F-критерий	4,96	F-критерий Фишера. Позволяет оценить надежность модели в целом. Модель признается надежной при выполнении условия: $F_{\text{факт}} > F_{\text{крит}}$, где $F_{\text{факт}}$ – значение F-критерия, рассчитанное по модели $F_{\text{крит}}$ – критическое значение показателя
t-критерий	1,81	t-критерий Стьюдента. Этот критерий позволяет судить о надежности отдельных переменных в модели. Переменная признается надежной при выполнении условия: $t_{\text{факт}} > t_{\text{крит}}$, где $t_{\text{факт}}$ – значение t-критерия по модели; $t_{\text{крит}}$ – критическое значение показателя
α	0,05	Это вероятность ошибки. Хотя более надежным показателем надежности для модели в целом является F-критерий, а для отдельных переменных является t-критерий, причем вероятность ошибки уже учитывается для расчета критических значений этих показателей, также принимается во внимание и вероятность ошибки для переменной и модели в целом

Составлено автором по [95]

Поскольку рассчитывалось несколько моделей, для удобства выбора наиболее надежной модели использовались только коэффициент детерминированности и t-критерий. Результаты расчетов по некоторым вариантам моделей представлены в Приложении Д. Всего было разработано 29 вариантов модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

Модели учитывали результаты оценки тесноты связи независимых переменных, была выбрана модель, отвечающая всем критериям надежности. Значения коэффициента детерминированности для моделей представлены на рисунке 3.7. Первоначальное последовательное приближение с исключением из модели либо использованием агрегированных показателей для информационной поддержки мясопродуктового подкомплекса (x_{22}) и обучения работников (x_{23})

только снижало надежность модели в целом, хотя она продолжала оставаться на приемлемом уровне. Последующее включение этих показателей в модель как независимых переменных повысило ее надежность. В модель первоначально включались расходы на обустройство населенных пунктов (x_{28}), поскольку этот показатель тесно связан с показателями конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, но в последующем он был исключен из модели, что повысило ее надежность.

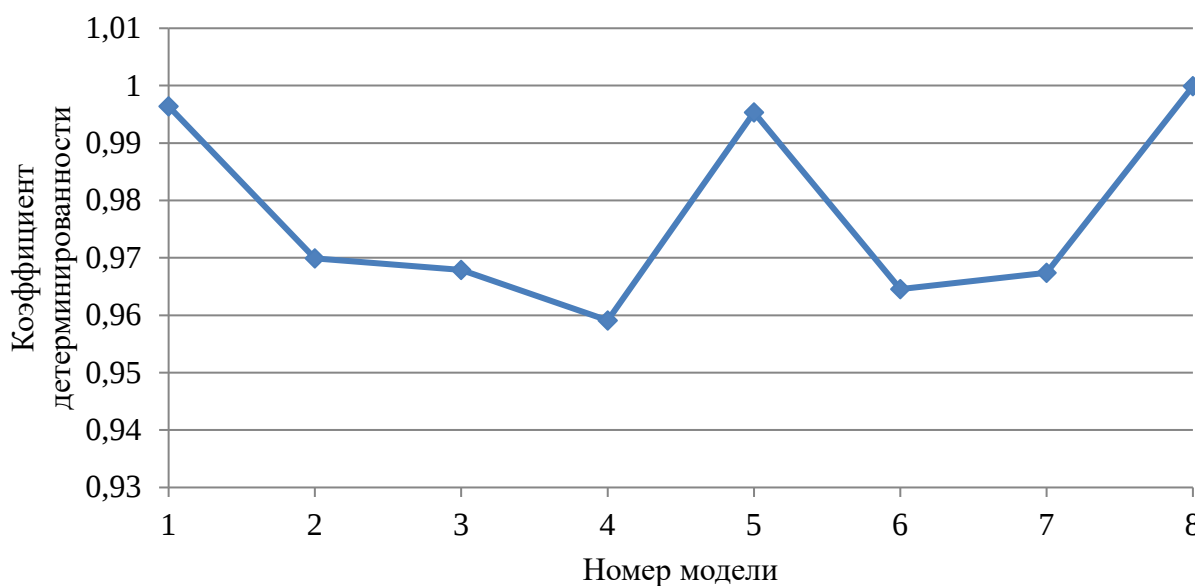


Рисунок 3.7 – Коэффициенты детерминированности для моделей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [8-16, 213]

После включения в модель показателя общего объема финансовой поддержки сельского хозяйства Новосибирской области (x_{29}) была получена модель, обладающая достаточной надежностью как в целом, так и с точки зрения отдельных переменных. Поскольку в расчетах использовались количественные оценки параметров мер поддержки мясопродуктового подкомплекса региона в соответствии с несколькими целевыми программами, использование отдельных переменных, особенно для субсидий, не давало достаточной надежности модели, поэтому были включены агрегированные показатели. Порядок их расчета представлен на рисунке 3.8.

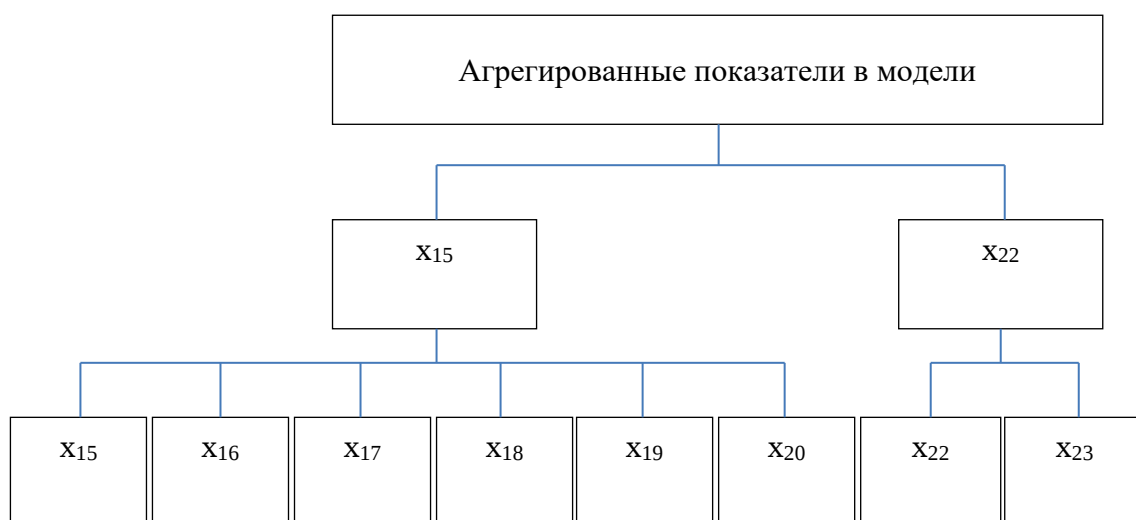


Рисунок 3.8 – Агрегированные показатели модели конкурентоспособности
мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Составлено автором по [8-16, 213]

Регрессионная статистика для модели представлена в таблице 3.3.

Таблица 3.3 – Регрессионная статистика для модели конкурентоспособности
мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Показатель	Значение	Описание
Множественный R	0,99990	Связь между теоретическим и эмпирическим значением составляет 0,99990, что соответствует прямой очень тесной связи
R^2	0,99980	Коэффициент линейной детерминации, представляет собой квадрат коэффициента детерминированности, свидетельствует о наличии тесной связи между эмпирическим показателем конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса ($y_{\text{эмп}}$) и теоретическим значением ($y_{\text{теор}}$)
Нормированный R^2	0,99776	Нормированный коэффициент линейной детерминации представляет собой скорректированное, с учетом количества степеней свободы, значение коэффициента линейной детерминации. Его значение свидетельствует, что добавление дополнительных переменных не может существенно повысить точность модели
Стандартная ошибка	36,75	Это средняя сумма квадратов отклонений теоретического значения от фактического с учетом количества степеней свободы. Учитывая, что в 2019 г. значение показателя конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса составило 10129, среднее отклонение невелико
Наблюдения	12	Расчет проведен по данным за 12 лет

Составлено автором по [8-16, 213]

Дисперсионный анализ модели представлен в таблице 3.4.

Таблица 3.4 – Дисперсионный анализ модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Показатель	Значение	Описание
Сумма квадратов (SS)	6639844	Сумма квадратов отклонений показателя конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (y) от среднего значения. Поскольку в 2008-2019 гг. было достигнуто существенное повышение конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, отклонение является значительным. Это показатель для фактических данных ($y_{эмп}$), он позволяет судить об отклонениях показателя от среднего
Средняя сумма квадратов (MS)	663849,4	Среднее значение суммы отклонений показателя конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса (y) от среднего значения, с учетом количества степеней свободы. Показатели SS и MS дают представление о неравномерности развития изучаемого явления в динамике. Значение этих показателей позволяет сделать вывод о существенных различиях между первоначальными и достигнутыми показателями конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области.
F-критерий	491,4732	Поскольку $F_{факт} > F_{крит}$, полученная модель является надежной
p-значение	0,03509	Это показатель вероятности ошибки модели при $\alpha = 0,05$. Поскольку $\alpha_{факт} < \alpha_{крит}$, вероятность ошибки следует считать приемлемой

Составлено автором по [8-16, 213]

Получена надежная с точки зрения F-критерия и вероятности ошибки модель, дающая обоснованную оценку, несмотря на преобразования в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области, находящие свое выражение в существенных различиях между ее первоначальным состоянием и достигнутыми показателями конкурентоспособности.

Для оценки надежности модели используется t-критерий Стьюдента, но использован он может быть только для нормального распределения. Проверка нормальности распределения в итоговой модели представлена в Приложении Е. Уравнение множественной регрессии вначале строится в стандартизированном масштабе, для этого рассчитываются коэффициенты β , затем строятся показатели для модели. Наиболее велика ошибка для свободного члена, но, поскольку вероятность ошибки для него невелика, как и для других переменных, а $t_{факт} > t_{крит}$, переменные в модели надежны.

Итоги регрессии представлены в таблице 3.5.

Таблица 3.5 – Итоги регрессии для переменных в модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Показатель	Стандартизированные показатели		Показатели для модели		$t_{\text{факт}}$	р-значение
	β	ошибка	b	ошибка	24,76	
Свободный член	-	-	30852,6	1246,00	-4,11	0,0257
X ₁	-0,49	0,12	-7,31019	1,78	-8,98	0,0219
X ₃	-1,43	0,16	-0,01286	0,00	-25,98	0,0106
X ₄	-2,09	0,08	-0,25307	0,01	5,31	0,0245
X ₁₅	2,26	0,43	0,00174	0,00	-15,80	0,0186
X ₂₁	-2,62	0,17	-0,08675	0,01	12,61	0,0402
X ₂₂	1,41	0,11	0,06843	0,01	13,06	0,0404
X ₂₃	2,72	0,21	0,51681	0,04	2,07	0,0487
X ₂₄	0,43	0,21	0,02748	0,01	-11,11	0,0269
X ₂₇	-2,24	0,20	-0,00551	0,00	-16,98	0,0472
X ₂₉	-3,00	0,18	-0,00033	0,00	24,76	0,0375

Составлено автором по [8-16, 213]

Модель имеет вид:

$$y = -7,31019 \cdot x_1 - 0,01286 \cdot x_3 - 0,25307 \cdot x_4 + 0,00174 \cdot x_{15} - 0,08675 \cdot x_{21} + 0,06843 \cdot x_{22} + 0,51681 \cdot x_{23} + 0,02748 \cdot x_{24} - 0,00551 \cdot x_{27} - 0,00033 \cdot x_{29} + 30852,6 \quad (3.11)$$

Модель представлена в соответствии с обозначениями переменных для расчетов, необходимо также оценить соответствие между расчетными и фактическими значениями оно отражено в таблице 3.6.

Таблица 3.6 – Расчетные и фактические значения в модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Год	Фактические данные ($y_{\text{эмп}}$)	Данные модели ($y_{\text{теор}}$)	Остатки
1	2	3	4
2008	8694,81	8672,52	22,29
2009	8791,85	8814,42	-22,57
2010	10085,24	10088,86	-3,62
2011	9441,94	9428,71	13,23
2012	9778,95	9789,87	-10,92
2013	10412,42	10414,47	-2,05
2014	10786,22	10782,71	3,51

1	2	3	4
2015	10259,19	10258,77	0,42
2016	10335,92	10334,01	1,91
2017	8752,46	8755,78	-3,32
2018	8649,35	8650,36	-1,01
2019	10128,86	10126,70	2,16
Минимум	8649,35	8650,36	-22,57
Максим	10786,22	10782,71	22,29
Среднее	9676,43	9676,43	0,00
Медиана	9932,09	9939,36	-0,30

Составлено автором по [8-16, 213]

Существенные различия между фактическими данными ($y_{\text{эмп}}$) и расчетами, полученными с использованием модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области ($y_{\text{эмп}}$), отсутствуют. Наибольшее различие между фактическими данными и показателями модели наблюдалось в 2009 г. – 22,57, в 2015 г. различие составило всего 0,42.

Сравнительные результаты расчетов, полученных с использованием модели, и фактических данных о конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области могут быть представлены также в виде рисунка 3.9.

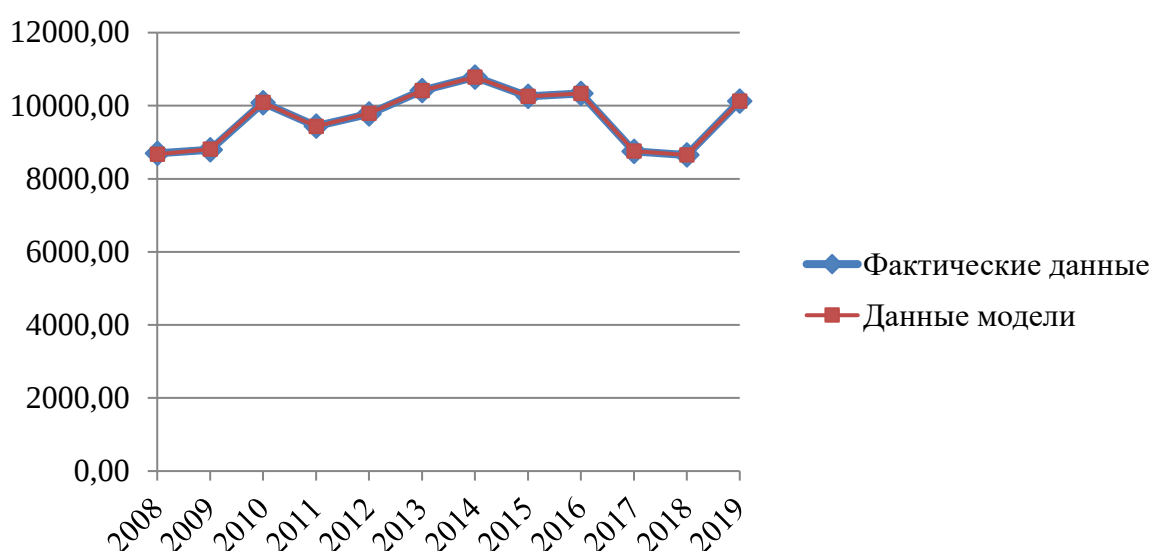


Рисунок 3.9 – Результаты расчетов на основе модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и фактические показатели за 2008-2019 гг.

Составлено автором по [8-16, 213]

Различия между показателями имеются, но они незначительны. Что позволяет сделать вывод о возможности использования модели для оценки эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и обоснования направлений их повышения.

Следовательно, полученная модель надежна, различия между фактическими и расчетными показателями невелики. Модель имеет вид:

$$y = -7,31019*CFMI_1 - 0,01286*FMI_1 - 0,25307*CFMI_2 + 0,00174*SE_1 - 0,08675*SE_2 + 0,06843*SE_3 + 0,51681*SE_4 + 0,02748*SE_5 - 0,00551SE_6 - 0,00033*B + 30852,6 \quad (3.12)$$

где y – оценка конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с использованием рыночного подхода в постоянных ценах;

$CFMI_1$ – протяженность автомобильных дорог в Новосибирской области;

FMI_1 – оборот розничной торговли в Новосибирской области;

$CFMI_2$ – численность занятых в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области (производство мяса);

SE_1 – общий объем субсидий на поддержку мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области;

SE_2 – расходы на продвижение мясной продукции производителей из Новосибирской области;

SE_3 – затраты на информационную поддержку производителей мясной продукции;

SE_4 – расходы на обучение работников предприятий мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области;

SE_5 – затраты бюджета на развитие транспортной инфраструктуры для обслуживания потребностей мясопродуктового подкомплекса в Новосибирской области;

SE_6 – расходы на улучшение жилищных условий в сельской местности;

B – общий объем государственной поддержки сельского хозяйства в

Новосибирской области.

Иначе говоря, реально и положительно на конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса влияют информационная поддержка, обучение, развитие транспортной инфраструктуры, в меньшей мере субсидии.

Таким образом, разработанная методика позволила построить модель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Модель обладает надежностью в целом, также надежны отдельные независимые переменные в модели. Различия между фактическими и расчетными показателями модели не являются существенными, поэтому модель описывает влияние количественных оценок факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и количественных оценок параметров мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области на показатель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона.

3.4 Направления повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Модель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяет оценить эффективность мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона. Значимыми являются меры прямой финансовой поддержки в виде субсидий, а также инфраструктурная поддержка. Объемы инфраструктурной поддержки мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области невелики, причем происходит сокращение поддержки производителей мясной продукции в этом направлении. Создаются условия для увеличения объемов производства сырья, но не для его доведения до потребителей, в результате конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в целом повышается, но преимущественно за счет эффективного использования мер региональной поддержки крупными производителями мясной продукции. Небольшие

предприятия четкой конкурентной стратегией не обладают и не всегда имеют возможность доведения продукции до конечного потребителя.

Выводы об эффективности мер поддержки конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области представлены в таблице 3.7.

Таблица 3.7 – Эффективность мер поддержки конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Переменная в модели	Выводы
1	2
Протяженность автомобильных дорог	Протяженность автомобильных дорог в Новосибирской области сокращается, но одновременно повышается конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса. Это означает, что все большая часть производства приходится на крупнейших новосибирских производителей, которые от влияния транспортных факторов зависят в наименьшей мере по сравнению с производителями из удаленных населенных пунктов. Данный вывод подтверждается и показателями концентрации рынка. Отсутствие возможности сбыта продукции конечным потребителям снижает, в первую очередь, конкурентоспособность производителей из удаленных населенных пунктов, но не конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона в целом
Занятость в мясопродуктовом подкомплексе	Несмотря на сокращение численности занятых в производстве мясной продукции, конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса возрастает. Связано это может быть с использованием технологических факторов, а также уровнем развития инфраструктуры сельской местности. Крупнейшие производители мясной продукции обладают современными производственными комплексами, в том числе относящимся к животноводству, производительность труда здесь существенно выше, чем в других хозяйствах. Это означает, что меры региональной поддержки, направленные на обучение работников мясопродуктового подкомплекса, являются вполне обоснованными, поскольку от квалификации зависит и производительность труда в мясопродуктовом подкомплексе региона
Субсидии на поддержку производителей	Большинство производителей в мясопродуктовом подкомплексе зависят от субсидий, но поскольку перечень предоставляемых субсидий регулярно меняется, уточняются условия их предоставления, более обоснованным было бы говорить о наличии зависимости конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области от объема субсидий в целом. Эти меры действительно эффективны, поскольку в модели коэффициент при переменной (SE_1) имеет положительное значение. Например, в 2018 г. по сравнению с 2017 г. фактические объемы субсидий на поддержку мясопродуктового подкомплекса сократились на 106,48 млн руб., в результате объем продаж в постоянных ценах уменьшился на 185,22 млн руб. Использование субсидий для поддержки производителей в мясопродуктовом подкомплексе неэффективно с

1	2
	точки зрения затрат регионального бюджета, поскольку на 1 руб. дополнительных расходов объем продаж в постоянных ценах возрастает только на 1,74 руб. Тем не менее повышение конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона действительно достигается
Продвижение продукции мясопродуктового подкомплекса	Данная мера поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона могла бы быть эффективнее, но только при условии наличия единой стратегии, направленной на совершенствование продвижения продукции новосибирских производителей. Реально этого не происходит, поскольку, например, первоначально целевой программой «Развитие сельского хозяйства» предусматривалось участие в выставках за счет мер региональной поддержки, в 2019 г. была предусмотрена только поддержка экспорта продукции, но по данному направлению целевой программой вообще не было предусмотрено финансирования. Поскольку перечень мероприятий регулярно пересматривается, данная мера поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона не является стратегическим. Кроме того, следует учитывать и суть мероприятий. Они направлены на заключение договоров поставки мясной продукции между небольшими производителями и крупными компаниями, что в целом обоснованно, но небольшие хозяйства и без того имеют возможность сбыта сырья крупнейшим производителям в регионе. Они не обладают возможностями реализации мясной продукции на приемлемых условиях, в частности, ее доведения до конечного потребителя. Следует учитывать, что значительная часть мероприятий была связана с организацией ярмарок, направленных на реализацию мясной продукции, но ярмарки являются краткосрочными мероприятиями, часть продукции действительно может быть реализована производителями благодаря ярмаркам, но ее доля в совокупном объеме производства невелика. Следует принимать во внимание и такие факторы, как доставка продукции в Новосибирск и возможность участия в ярмарках не производителей, а организаций, специализирующихся на торговле продукцией мясопродуктового подкомплекса. Эффективность транспортных расходов при доставке мясной продукции в Новосибирск существенно ниже, чем при регулярных поставках, кроме того, существуют затраты на хранение продукции, поскольку ярмарки обычно проводятся в течение нескольких дней. В подобных условиях поддержка экспорта мясной продукции ориентирована, в первую очередь, на крупнейших производителей, действительно предлагающих продукцию на зарубежных рынках. Поставляется, в основном, мороженая свинина, она востребована покупателями в Китае и Вьетнаме, но эта мера ориентирована, главным образом, на крупный бизнес. Следовательно, использование мер, направленных на продвижение продукции мясопродуктового подкомплекса недостаточно эффективно, поскольку меры не имеют стратегического характера, они не в полной мере отвечают запросам небольших производителей мясной продукции. Эти меры могут быть эффективны, но только при условии, что направлены на взаимодействие небольших производителей мясной продукции с

1	2
	конечными потребителями
Информационная поддержка	Информационная поддержка производителей мясной продукции является действительно эффективной мерой поддержки конкурентных преимуществ производителей мясной продукции, данная мера является стратегической, поскольку на протяжении 2008-2019 гг. информационная поддержка включала в себя предоставление производителям мясной продукции необходимой информации [21, 195], а также была направлена на развитие взаимодействия между производителями. Следует отметить, что, с точки зрения практического опыта создания конкурентных преимуществ в мясопродуктовом подкомплексе именно взаимодействие между производителями мясной продукции является более эффективным способом создания конкурентных преимуществ. Она соответствует конкурентной стратегии производственной интеграции. Среди крупных производителей мясной продукции региона этой стратегии придерживается ООО «Барс». В перспективе это предприятие может стать одним из крупнейших производителей мясной продукции. Данной стратегии придерживается и ряд других производителей, эффективно действующих на рынке. Поэтому информационная поддержка мясопродуктового подкомплекса эффективна благодаря созданию условий для взаимодействия производителей, кроме того, она позволяет более обоснованно действовать производителям мясной продукции, не обладающим четкой конкурентной стратегией, поскольку информационная поддержка обеспечивает приемлемую осведомленность, по меньшей мере, о текущих возможностях новосибирского рынка. В соответствии с моделью конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, при объемах поддержки на уровне 2017 г., продажи продукции мясопродуктового подкомплекса в постоянных ценах увеличились бы в 2018 г. на 1917 млн руб., в 2019 г. – на 1914 млн руб.
Обучение работников	Обучение работников мясопродуктового подкомплекса, с учетом сокращения занятости в сфере производства мяса, является одним из наиболее эффективных мер уподдержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Значительная численность занятых с экономической точки зрения невыгодна и для самих производителей мясной продукции. Предпочтительным вариантом является наличие небольшого количества квалифицированной рабочей силы. Эти работники способны использовать оборудование, закупаемое производителями, в том числе, благодаря субсидиям на модернизацию производства, они обладают более высокой производительностью труда. Поэтому участие региональных властей в обучении работников, обеспечивающих производство мяса, выступает одним из факторов роста производительности труда, и как следствие, условием повышения конкурентоспособности производителей. Следует учитывать, во взаимосвязи с предпочтительной для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области стратегией внешних конкурентных преимуществ, что только обладающие достаточной квалификацией работники способны производить качественную продукцию. Эти

1	2
	работники способны в короткие сроки осваивать рецептуры производства, обеспечивающие удовлетворение дифференцированного спроса на региональном рынке. Дополнительный объем продаж продукции мясопродуктового подкомплекса в постоянных ценах, согласно модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, при объеме поддержки повышения квалификации работников на уровне 2017 г., составил бы 404 млн руб.
Развитие транспортной инфраструктуры	Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области возрастает, несмотря на сокращение протяженности автомобильных дорог, поскольку все большая часть продаж приходится на крупнейших производителей, но и поддержка производства мяса в удаленных районах также необходима. Помимо прочего, это имеет социальное значение, поскольку способствует снижению безработицы на селе, кроме того, это один из источников увеличения объемов производства мяса, но только при условии возможности доведения продукции до потребителей. Развитие транспортной инфраструктуры в Новосибирской области для удовлетворения потребностей производителей мясной продукции является эффективной мерой, ее можно рассматривать с точки зрения более эффективного доведения мясной продукции до потребителей. Данная мера поддержки является стратегической, поскольку на протяжении длительного периода ориентирована на развитие транспортной инфраструктуры региона. При объеме финансирования данных мероприятий на уровне 2016 г., дополнительный объем продаж продукции мясопродуктового подкомплекса в постоянных ценах в 2017 г., согласно модели, составил бы 333 млн руб., в 2018 г. – 467 млн руб., в 2019 г. – 906 млн руб.
Улучшение жилищных условий	Меры по улучшению жилищных условий по сравнению с другими мерами поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, представленными в модели, менее эффективны. На создание конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона данные мероприятия, предусмотренные целевой программой «Развитие сельской местности», влияют, но только косвенно. Они обеспечивают привлечение дополнительных работников в сельскую местность, но, согласно модели, предпочтительным вариантом является обучение работников. Отрицательное значение коэффициента при переменной в модели означает, что при увеличении затрат на улучшение жилищных условий при сокращении расходов на обучение конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса снижается. Следует учитывать, что затраты на улучшение жилищных условий необходимы в любом случае, поскольку они имеют не только экономическое значение, но и способствуют созданию более привлекательных условий для проживания в сельской местности, кроме того, способствуют удержанию работников производителями мясной продукции. Как следствие, в целом данная мера поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса необходима, но менее эффективна по сравнению с другими мерами поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона

1	2
Общий объем затрат на поддержку сельского хозяйства	Создание конкурентных преимуществ в мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области зависит от региональной поддержки сельского хозяйства в целом, но связь является отрицательной, поскольку более активно поддержка предоставляется не мясопродуктовому подкомплексу, а растениеводству и птицеводству. Показатель общего объема региональной поддержки сельского хозяйства должен учитываться в модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, поскольку все отрасли сельского хозяйства связаны между собой, кроме того, растениеводство обеспечивает кормами производителей мясной продукции. При повышении конкурентоспособности сельского хозяйства региона в целом создаются конкурентные преимущества и для мясопродуктового подкомплекса

Составлено автором по [8-16]

Следовательно, меры поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области в целом эффективны, но их эффективность существенно различается. Поддержка продвижения продукции мясопродуктового подкомплекса не в полной мере отвечает потребностям небольших производителей, меры не имеют стратегического характера. В то же время обучение работников производителей мясной продукции и информационная поддержка небольших производств создают наибольшие конкурентные преимущества для мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Эффективной мерой поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона является развитие транспортной инфраструктуры. Поэтому существует возможность совершенствования данных мер для создания дополнительных конкурентных преимуществ новосибирских производителей мясной продукции.

Поскольку речь идет о стратегических мерах поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, рекомендации по их совершенствованию разрабатываются в рамках уже используемых мер. Уточняются объемы затрат на отдельные мероприятия по созданию конкурентных преимуществ производителей мясной продукции из Новосибирской области, а также содержание этих мероприятий, но в рамках уже используемых мер.

Выводы относительно эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области основаны как на оценке предполагаемых значений продаж в постоянных ценах, так и на анализе особенностей развития мясопродуктового подкомплекса региона. Не все используемые меры достаточно эффективны, хотя ряд из них действительно способствуют созданию конкурентных преимуществ производителей. Оценка эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволяет сделать вывод о предпочтительном использовании мер инфраструктурной поддержки. Данный вывод подтверждается как расчетами на основе модели, так и практикой поддержки производителей мясной продукции в развитых странах. Сокращение затрат на поддержку мясопродуктового подкомплекса по инфраструктурным направлениям, особенно в области информационной поддержки, не позволило подкомплексу развиваться с той же эффективностью, как при условии достаточного финансирования мероприятий. Увеличение объемов выпуска в постоянных ценах в любом случае было достигнуто, но обеспечено оно было, в первую очередь, крупнейшими производителями, об этом свидетельствуют данные о продажах этих компаний в постоянных ценах. Мясопродуктовый подкомплекс Новосибирской области в целом действовал менее эффективно, чем мог бы при условии обоснованного участия в ее развитии со стороны региональных властей. Оценки потерь мясопродуктового подкомплекса с использованием модели представлены в таблице 3.8.

Таблица 3.8 – Расчет потерь мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области вследствие сокращения количественных параметров мер поддержки конкурентоспособности с использованием модели за 2017-2019 гг., млн руб.

Меры поддержки	2017 г.	2018 г.	2019 г.
Субсидии на поддержку производителей	112	294	-2
Информационная поддержка	3	1917	1914
Обучение работников	3	404	3092
Развитие транспортной инфраструктуры	3	137	576
Итого	122	2752	5580

Составлено автором по [8-16, 213]

Согласно модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, потери вследствие сокращения финансирования мер региональной поддержки производителей возросли с 122 млн руб. в 2017 г. до 5580 млн руб. в 2019 г. Расчет велся исходя из наибольшего объема поддержки производителей за 2017-2019 гг. на основании сопоставления расчетных показателей при данных параметрах с фактическими объемами продаж производителей в постоянных ценах. В 2018-2019 гг. информационная поддержка производителей мясной продукции в рамках целевой программы «Развитие сельскохозяйственного производства» вообще не велась, в 2019 г. не осуществлялись затраты на развитие транспортной инфраструктуры.

Хотя проведенные расчеты позволяют сделать вывод о несовершенстве используемых мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, простое увеличение финансирования мероприятий может и не дать эффекта, представленного в расчетах. Модель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса только отражает фактически сложившийся характер связей между институтами рынка мясной продукции, но это не означает, что простое изменение параметров модели даст желаемый эффект. В модели отражены только следствия, но не причины, она является удобным способом оценки возможного влияния тех или иных решений, направленных на повышение конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, но сама по себе содержания лежащих в основе взаимодействия институтов рынка не описывает, а только дает представление о количественных характеристиках значимых связей.

Одним из перспективных направлений развития мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области является совершенствование ее организационно-экономической модели. В ее основе лежит принятие региональными властями на себя части необходимых и обоснованных для создания внешних конкурентных преимуществ у малых производителей мясной продукции расходов, обеспечивающее связь между небольшими хозяйствами и рынком и

исключающее необоснованный перенос затрат на производство мяса на небольшие хозяйства. Условие ограничения возможности переноса затрат следует рассматривать также как критерий повышения эффективности мер, направленных на снижение стоимости производства мясной продукции, в виде субсидий. По существу, должна использоваться уже сложившаяся модель, но при условии, что субсидии не просто покрывают производственные и инвестиционные затраты малых хозяйств, занимающихся производством мяса, но и позволяют им создавать прибыль. Эта прибыль первоначально обеспечивается региональными субсидиями, она должна оставаться в распоряжении малых производителей, создавая предпосылки для расширения производства и накопления опыта конкуренции, который в последующем дает малым производителям мясной продукции реальную возможность выбора конкурентной стратегии, основанной на их непосредственном опыте участия в рыночных отношениях.

Возможно, это будет именно стратегия внешних конкурентных преимуществ, поскольку она лучше всего отвечает современному состоянию потребительского спроса в Новосибирской области. Возможно, под влиянием взаимодействия с производителем мясной продукции, изменится сам характер спроса, поскольку процесс взаимодействия всегда является двусторонним, потребители также воспринимают специфику предложения, трансформируются их запросы под влиянием усилий производителей, направленных на создание лучших выгод для потребителей. Для развития институтов мясопродуктового подкомплекса и выработки эффективных конкурентных стратегий у малых хозяйств должен быть выбор, причем выбор, основанный на реальном опыте конкуренции и контактах с покупателями мясной продукции.

Предлагаемый вариант организационно-экономической модели мясопродуктового подкомплекса, способствующий установлению прямых контактов производителей мясной продукции с потребителями, с учетом перспективных возможностей совершенствования мер поддержки конкурентоспособности производителей, представлен на рисунке 3.10.

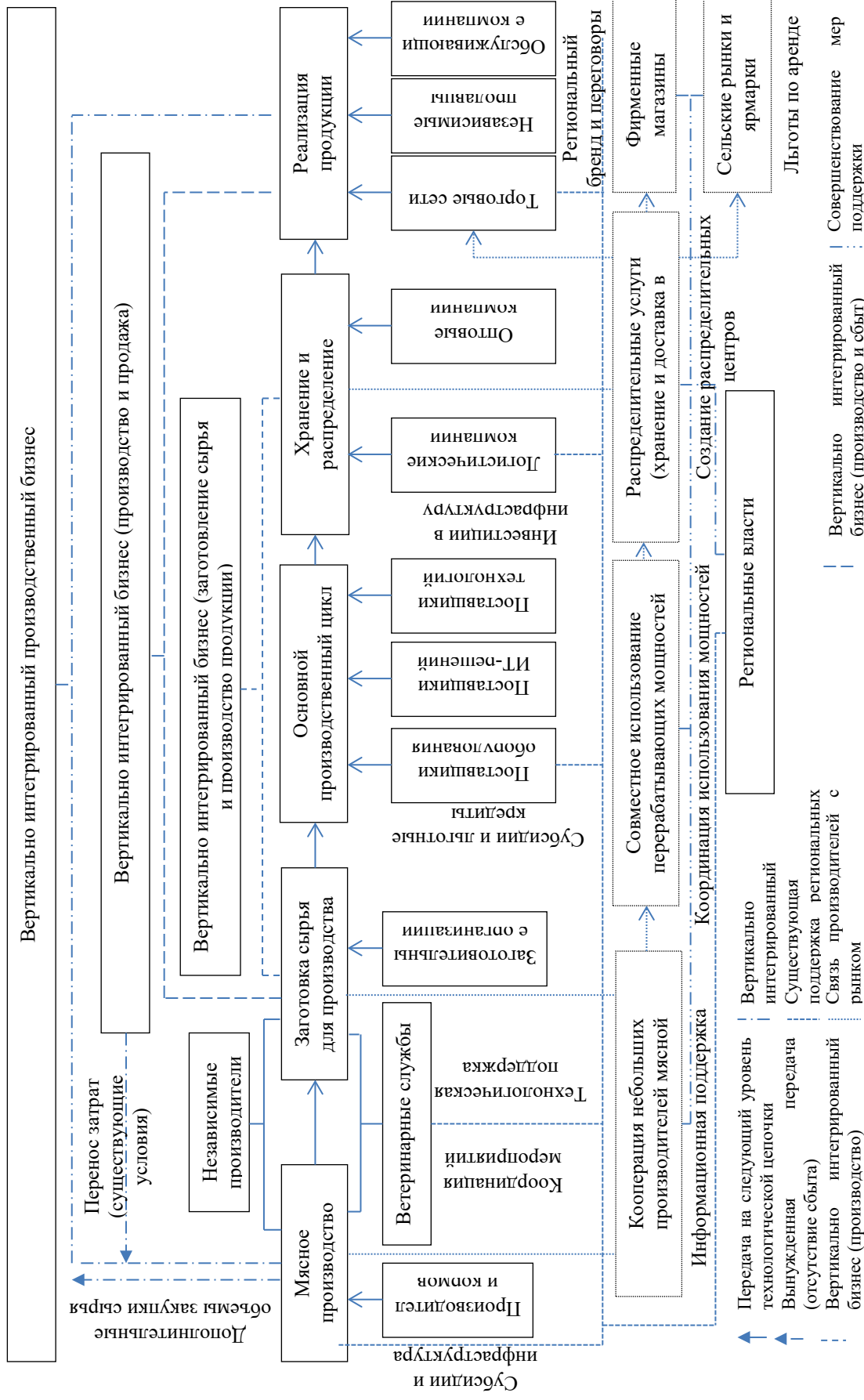


Рисунок 3.10 – Организационно-экономическая модель повышения конкурентоспособности мясопродуктового

подкомплекса региона

Составлено автором по [8-16, 78-81, 94, 99, 102, 143, 148, 150, 213]

Поскольку уже имеется опыт информационной поддержки в рамках кооперации, с точки зрения участия региональных властей в развитии мясопродуктового подкомплекса должен использоваться этот опыт. Малые производители могут заинтересоваться возможностями кооперации, если получат реальную возможность увеличить прибыль за счет объединения усилий, направленных на организацию сбыта мясной продукции. Для этого им необходимо предложить возможность прямого сбыта сырья, организовав распределительные центры в Новосибирске, поскольку это основной по критерию емкости рынок, а распределительные центры обеспечивают временное хранение продукции и ее доставку в магазины.

Модель работы распределительного центра представлена на рисунке 3.11. Для наглядности также приведены данные о производственных возможностях отдельных районов Новосибирской области с точки зрения удовлетворения запросов потребителей в мясной продукции. В работе распределительного центра используется принцип заявок. Они направляются в распределительный центр отдельными производителями, при этом допускается комплектация грузов, если выборка объема меньше нормативной загрузки транспортного средства. В случае сборного груза выборка составляется по районам (необходимо достижение нормативной загрузки для одного района по нескольким производителям), если выборка достигается по одному производителю, обеспечивается непосредственно доставка на основании уведомления о сроках подачи транспортного средства. Доставка осуществляется в распределительный центр, где организуется адресное хранение (с указанием номера конкретного производителя). На основании заявки (распоряжения) производителя продукция отгружается покупателю. Для удобства предоставляются дополнительные услуги, в том числе комплектация груза (подготовка партии мясной продукции для передачи покупателю), учет запасов (эти сведения должны быть доступны потребителю через его профиль на сайте распределительного центра), а также приемка и выдача мясной продукции покупателю.

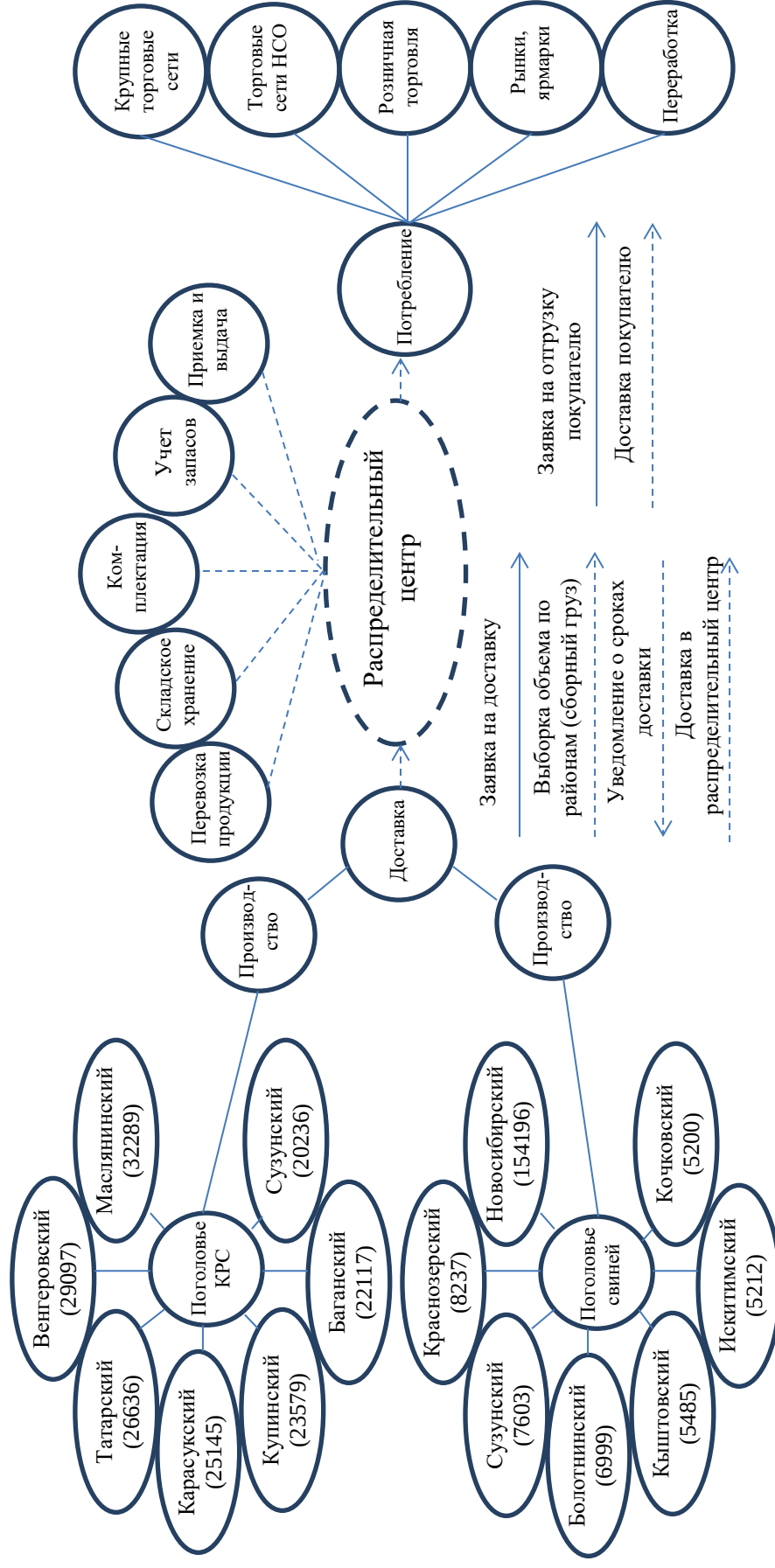


Рисунок 3.11 – Производственные возможности хозяйств отдельных районов Новосибирской области и схема работы распределительного центра
Составлено автором по [95, 213]

Хранение продукции осуществляется в различных температурных зонах, в зависимости от требований к условиям хранения. Возможность прямого сбыта сырья дополняется поддержкой сельских рынков в крупных районных центрах, поскольку далеко не все население в них занимается сельскохозяйственным производством, а расстояние для доставки продукции меньше, чем в Новосибирск. Поскольку необходим прямой сбыт продукции потребителям, причем производители могут быть заинтересованы в реализации готовой продукции (модель производственной интеграции), следует обеспечить поддержку развития фирменных магазинов.

Региональные власти не могут принимать на себя все затраты, связанные с поддержкой фирменной торговли небольших производителей мясной продукции, основанной на кооперации, но это не исключает льготной аренды и поддержки в области рекламы. Более рациональным вариантом поддержки сбыта было бы дальнейшее развитие региональных брендов, а наиболее перспективным вариантом является создание специализированного бренда «Новосибирская мясная продукция». Этим брендом могут пользоваться все небольшие производители, причем бесплатно, но только хозяйства, занимающиеся производством мясной продукции, а также объединения этих хозяйств.

Необходимо предоставить производителям возможность выбора вариантов сбыта мясной продукции между передачей сырья производителям и кооперацией, направленной на производство готовой продукции, что не исключает ее сбыта через торговые сети либо напрямую покупателям в фирменных магазинах, пользующихся поддержкой регионального бренда, либо через сельские рынки и ярмарки. Основным элементом на уровне производства мясной продукции является кооперация небольших производителей при поддержке региональных властей, на уровне организации сбыта наиболее эффективным решением было бы строительство распределительных центров, обслуживающих только малые хозяйства из Новосибирской области, а непосредственно сбыт мог бы обеспечиваться поддержкой фирменных

магазинов, созданных объединениями малых производителей мясной продукции. Это только возможности для бизнеса, но они ориентируют производителей на реализацию стратегии производственной интеграции, позволяют изучать рынок и запросы потребителей, в перспективе позволяют создавать конкурентные преимущества. Информационная поддержка малых хозяйств Новосибирской области позволяет ориентировать их на выработку внешних конкурентных преимуществ.

Этому же способствует поддержка продвижения продукции новосибирского мясопродуктового подкомплекса, но решение о необходимости и перспективах создания бренда «Новосибирская мясная продукция» относится к сфере маркетинга, поэтому оно должно обсуждаться с представителями малых производственных компаний, сегодня реализующих стратегию производственной интеграции. Они могут быть заинтересованы в совместном использовании этого бренда с другими производителями, кроме того, именно создавшие в условиях рыночной конкуренции вертикально-интегрированный бизнес малые производители более осведомлены о характеристиках, которыми должен обладать подобный бренд [138, 140]. Поэтому на уровне управленческого решения более обоснованным было бы ограничиться только финансированием мероприятий по продвижению продукции, уточнение содержания данного элемента решения становится возможным только при использовании практического опыта конкуренции новосибирских производителей, эффективно действующих в существующих условиях рынка.

С организационной точки зрения это потребует совершенствования уже имеющихся мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, а не создания новых способов поддержки производителей, поскольку субсидии предоставляются, инфраструктурная поддержка ведется. Основное значение имеет строительство распределительного центра, поскольку после его создания им необходимо управлять, с учетом сниженных тарифов на хранение продукции обеспечивать безубыточность. Более рациональным вариантом является создание проекта государственно-частного партнерства

(ГЧП) на условиях принятия региональным бюджетом части затрат на строительство под условие обязательного выделения объемов хранения для малых производителей мясной продукции, права преимущественного резервирования транспортных средств для доставки продукции, а также согласования тарифов на хранение.

Указанные положения соответствуют требованиям ч. 2 ст. 12 Закона «О ГЧП» [5]. С нормативной точки зрения решение может ограничиваться требованиями Закона «О защите конкуренции», но в отношении государственной собственности действуют специальные правила, установленные ч. 2 ст. 17.1 Закона. Они относятся к порядку заключения договора о ГЧП. Предполагается установление сниженных тарифов для обслуживания малых производителей мясной продукции, но запрет на дискриминационные условия, в том числе, по цене предусмотрен п. 8 ч. 1 ст. 10 Закона «О защите конкуренции» только для случаев доминирующего положения на рынке [4].

В Новосибирской области существует множество поставщиков складских и транспортных услуг, поэтому проектируемый распределительный центр не будет обладать доминирующим положением. Кроме того, положения закона не запрещают установления специальных ценовых условий для отдельных категорий потребителей в порядке предоставления государственных преференций. Данное положение прямо закреплено в ч. 1 ст. 19 Закона «О защите конкуренции». Иные аспекты совершенствования мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области не требуют соблюдения специальных запретов либо предписаний, а также соблюдения иных законодательных условий. С точки зрения участия региональных властей в развитии мясопродуктового подкомплекса они представляют собой совершенствование уже используемых мер поддержки конкурентоспособности подкомплекса.

В соответствии с организационно-экономической моделью повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области обосновываются направления мер поддержки конкурентных

преимуществ производителей. Они представлены в таблице 3.9.

Таблица 3.9 – Обоснование направлений мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Меры поддержки	Описание
1	2
Субсидии на поддержку производителей	Перераспределение затрат: – субсидии на создание производств при кооперации малых производителей мясной продукции; – субсидии на аренду торговых помещений при создании малыми производителями мясной продукции, а также их объединениями фирменных магазинов; – покрытие части расходов на рекламу и продвижение мясопродуктового подкомплекса
Продвижение продукции мясопродуктового подкомплекса	Перераспределение затрат: – поддержка регионального бренда либо иные меры по продвижению продукции мясопродуктового подкомплекса через фирменные торговые сети; – переговоры с торговыми сетями. Поставка продукции мясопродуктового подкомплекса ведется из распределительного центра либо напрямую производителями, торговые сети принимают на себя обязательство по реализации согласованного объема продукции новосибирских производителей, региональные власти оплачивают стоимость рекламы в местах продаж
Информационная поддержка	Перечень услуг: – разработка бизнес-планов по развитию кооперации производителей мясной продукции, а также бизнес-планов по организации производства мясной продукции либо обоснований начала ее продаж через фирменную торговую сеть; – проведение семинаров и совещаний с представителями мясопродуктового подкомплекса, направленных на обсуждение перспективных конкурентных стратегий; – разработка аналитических материалов и обзоров рынков по сегментам, анализ особенностей запросов потребителей и предоставление обзоров рынка производителям мясной продукции. Исследования рынков должны быть направлены на обзор наиболее эффективных конкурентных стратегий, практики их реализации, анализ конкретных запросов потребителей, распределение участников рынка, анализ динамики новосибирского рынка мясной продукции по сегментам, а также его оценку его перспектив; – непосредственная координация малых производителей мясной продукции при реализации совместных проектов, в том числе разработка организационных планов, проведение совещаний, при необходимости поддержка в ходе переговоров с представителями торговых сетей, поставщиками оборудования, а также другими институтами мясопродуктового подкомплекса;

1	2
	– организация обмена опытом конкуренции в мясопродуктовом подкомплексе и подготовка обзора практических примеров эффективного управления конкурентоспособностью предприятий мясопродуктового подкомплекса региона; – организация совместного использования производственных мощностей. В основе проекта лежит многостороннее соглашение об условиях совместной переработки сырья. Участники соглашения вправе пользоваться свободными производственными мощностями на условиях раздела продукции в соответствии с согласованными объемами либо оплаты, по выбору участников проекта. Региональные власти ведут учет объемов и временно свободных мощностей в целом по региону, при условии авторизированного доступа производители мясной продукции получают данные о возможности размещения объемов на перерабатывающих мощностях определенного производителя
Обучение работников	Направления совершенствования: – практическое обучение, в том числе на предприятиях мясопродуктового подкомплекса, использующих более совершенные технологии производства мясной продукции. Для этого необходимо заключение многостороннего соглашения с представителями крупного бизнеса, а также другими предприятиями, использующими современные технологии производства; – стажировка выпускников учебных заведений на предприятиях мясопродуктового подкомплекса; – оплата части стоимости обучения работников при реализации проектов модернизации либо расширения производства мясной продукции малыми хозяйствами. Оплата предоставляется в случае, если внедряются сложные технологии, при этом отсутствует возможность эксплуатации оборудования без обучения; – практическое обучение руководителей малых предприятий, занимающихся производством мясной продукции. Обучение проводится в форме обмена опытом, выступлений руководителей крупных предприятий, занимающихся производством мясной продукции, посвящено опыту конкуренции, наиболее эффективному выстраиванию конкурентной стратегии, особенностям управления торговыми сетями и распределением продукции мясопродуктового подкомплекса; – оплата стоимости краткосрочных курсов обучения на базе новосибирских институтов, занимающихся подготовкой специалистов для мясопродуктового подкомплекса; – организация практического обучения для специалистов производителей мясной продукции, в том числе, с привлечением экспертов из других регионов, по следующим направлениям: а) технологии производства мясной продукции; б) технологии выращивания молодняка; в) ветеринарно-санитарные мероприятия; г) управление сбытом и продажами; д) логистика и управление распределением продукции;

1	2
	е) эффективные кадровые технологии в мясопродуктового подкомплекса; ж) управление финансированием проектов в мясопродуктового подкомплекса, долгосрочное финансовое планирование, вопросы текущего управления
Развитие транспортной инфраструктуры	В рамках данного направления создается распределительный центр, обслуживающий малых производителей мясной продукции из Новосибирской области. Предполагается создание распределительного центра по проекту ГЧП. Основные услуги для производителей мясной продукции: – доставка по Новосибирской области; – хранение продукции; – доставка в торговые сети либо в фирменные магазины; – оперативный учет запасов продукции на складе; – отгрузка покупателям со склада
Улучшение жилищных условий	Использование данной меры поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона необходимо, но существенных преобразований в рамках этих мероприятий не предполагается

Составлено автором по [8-16, 213]

Следовательно, с организационной точки зрения для совершенствования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса предлагается, в первую очередь, расширение информационной поддержки. Она должна охватывать широкий перечень услуг, предоставляемых производителям мясной продукции, в том числе экономическое обоснование и организационную поддержку проектов, направленных на реализацию стратегии производственной интеграции, практическое взаимодействие представителей мясопродуктового подкомплекса, направленное на обмен опытом конкурентной борьбы и эффективного управления бизнесом.

Малые производители должны иметь доступ к обзорам рынков, особенно относящимся к потребительским запросам в Новосибирской области, им должна предоставляться организационная поддержка при кооперации и услуги координации при совместном использовании производственных мощностей.

Субсидии на поддержку производителей должны способствовать реализации стратегии производственной интеграции, обучение работников – освоению современных технологий. Предусмотрен ряд направлений развития

профессиональных навыков специалистов малых предприятий, занимающихся производством мясной продукции.

С организационной точки зрения потребуется ряд вспомогательных мероприятий. Их описание представлено в таблице 3.10.

Таблица 3.10 – Вспомогательные мероприятия по повышению уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Меры поддержки	Описание
Субсидии на поддержку производителей	– Условия предоставления субсидий – Разработка технических требований к производствам – Условия предоставления субсидий на аренду
Продвижение продукции мясопродуктового подкомплекса	– Согласование выбора наиболее эффективного варианта продвижения продукции мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с малыми хозяйствами и небольшими производителями, реализующими стратегию производственной интеграции – Переговоры с торговыми сетями
Информационная поддержка	– Привлечение организаций для разработки бизнес-планов и организационных проектов – Организация исследований рынка. Для этого необходимы переговоры с представителями мясопродуктового подкомплекса, привлечение разработчика обзоров – Назначение Министерством сельского хозяйства НСО лиц, отвечающих за координацию проектов – Создание приложения для совместного использования мощностей – Многостороннее соглашение об условиях переработки сырья
Обучение работников	– Заключение многостороннего соглашения с представителями крупного бизнеса – Договоры о стажировке выпускников учебных заведений на предприятиях мясопродуктового подкомплекса – Привлечение экспертов из других регионов для обучения
Развитие транспортной инфраструктуры	Условия соглашения о ГЧП по проекту распределительного центра: – принятие региональным бюджетом части затрат на строительство; – выделение объемов хранения для малых производителей мясной продукции; – право преимущественного резервирования транспортных средств для доставки продукции; – согласование тарифов на хранение и доставку продукции

Составлено автором по [8-16, 213]

С точки зрения затрат на совершенствование мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области основная часть организационных расходов связана со строительством распределительного центра.

Обоснование затрат на создание распределительного центра представлено в таблице 3.11.

Таблица 3.11 – Затраты на создание распределительного центра

Элемент	Описание
Мощности	В 2019 г. производство мяса в Новосибирской области (без мяса птицы) составило 97400 т, доля малых предприятий в сельском хозяйстве составила 39,12%. В расчетах принимается срок хранения запасов не более 1 мес. Коэффициент оборачиваемости составляет 12 оборотов. Мощности: $97400 \cdot 0,3912 / 12 = 3175$ т Предполагается обслуживание 50% всех малых производителей мясной продукции: $3175 \cdot 0,5 = 1588$ т
Площадь склада	Площадь распределительного центра рассчитывается на основании ВНТП 540/697 [7] и типового проекта промышленных холодильников, разработанного ООО «ТД ПАНЕЛЬ РУ» (производитель расположен в Тульской области). Площадь составляет 1 699 м ² [218]
Стоимость склада	Стоимость рассчитывается на основании предложения ООО «ТД ПАНЕЛЬ РУ». Непосредственно стоимость склада составляет 22999,817 тыс. руб., с учетом стоимости доставки она составляет 25070 тыс. руб.
Транспорт	Расчет ведется на базе ГАЗ С41R грузоподъемностью 6 т. Объем перевозок в день составляет: $1588 / 30 = 52,93$ т Потребность распределительного центра в транспортных средствах, с учетом двух поездок в день и дополнительной регулирующей единицы подвижного состава: $52,93 / (6 \cdot 2) + 1 = 6$ ед. Принимается большее значение, с учетом неравномерности загрузки
Стоимость транспорта	Цена установлена ПАО «ГАЗ» и составляет 2341 тыс. руб. [200]. Затраты на транспорт: $6 \cdot 2341 = 14046$ тыс. руб.
Итого	$25070 + 14046 = 39116$ тыс. руб.

Составлено автором по [8-16, 200, 213, 218]

В 2019 г. общий объем поддержки мясопродуктового подкомплекса только по целевой программе «Развитие сельского хозяйства» составил 3057661 тыс. руб., поэтому распределительный центр вполне может быть построен за счет регионального бюджета. С учетом перспективных объемов финансирования по целевой программе «Развитие сельского хозяйства» возможно строительство распределительных центров в районных центрах Новосибирской области либо дополнительных распределительных центров в Новосибирске. При сравнительно небольших затратах производители мясной продукции получают возможность ее хранения и доведения до конечных потребителей.

По другим направлениям совершенствования сферы поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона увеличение затрат непосредственно связано с мероприятиями в области поддержки производителей. Оценка затрат по мерам поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса представлена в таблице 3.12.

Таблица 3.12 – Оценка затрат по мерам поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Вид затрат	Существующие затраты	Источник перераспределения (+)	Направление перераспределения (-)	Увеличение затрат (+)	Уменьшение затрат (-)	Предлагаемые затраты	Сальдо
1.1.1.1.1.1. Субсидии производителям (эффективность производства):	1411915				274455	1137460	-274455
а) для финансирования 1.1.1.1.1.8.1. (-)			1.1.1.1.1.8.1.		211787		
б) для финансирования 1.1.1.1.1.10. (-)			1.1.1.1.1.10.		27998		
в) для финансирования 1.1.1.1.1.8.2. (-)			1.1.1.1.1.8.2.		34670		
1.1.1.1.1.3. Кадровое обеспечение	7135	-		422		7557	422
1.1.1.1.1.6. Субсидии производителям (прочие направления)	134018					134018	0
1.1.1.1.1.7. Кредитование	39892					39892	0
1.1.1.1.1.8. Модернизация	15670			253254	2351	266574	250903
– в том числе: 1.1.1.1.1.8.1. Субсидии на поддержку кооперации и аренду торговых помещений:	0			214138		214138	214138
а) за счет 1.1.1.1.1.1. (+)		1.1.1.1.1.1.		211787			
б) за счет 1.1.1.1.1.8. (+)		1.1.1.1.1.8.		2351			
– в том числе: 1.1.1.1.1.8.2. Распределительный центр:	0			39116		39116	
а) за счет 1.1.1.1.1.1. (+)		1.1.1.1.1.1.		34670			
б) за счет 1.1.1.1.1.8. (+)		1.1.1.1.1.10.		4446			
1.1.1.1.1.10. Поддержка малых хозяйств	4446	1.1.1.1.1.1.	1.1.1.1.1.8.2.	27998	4446	27998	23552
Затраты на поддержку мясопродуктового подкомплекса	1613077					1613499	422

При отсутствии номера источника (направления) в строке пояснения приводятся ниже, а в этой строке только результат

Составлено автором по [8-16, 213]

Затраты на поддержку мясопродуктового подкомплекса, с учетом перераспределения финансирования, возрастают на 422 тыс. руб. Исходные данные в соответствии с действующим вариантом Целевой программы «Развитие сельского хозяйства» представлены в Приложении Ж, а предлагаемый вариант – в Приложении И.

Оценка влияния предложений по совершенствованию мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области на показатели продаж производителей мясной продукции в постоянных ценах представлена на рисунке 3.12.

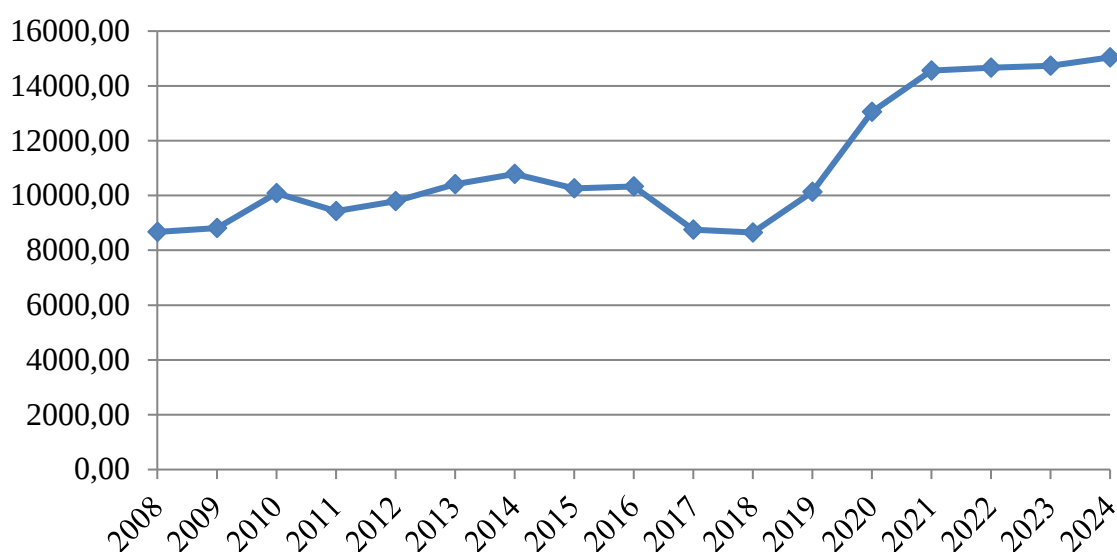


Рисунок 3.12 – Прогноз уровня конкурентоспособности производителей мясной продукции региона с использованием рыночного метода в постоянных ценах на 2020-2024 гг. с учетом предложенных рекомендаций, млн руб

Составлено автором по [8-16, 213]

В расчетах использованы данные целевых программ «Развитие сельского хозяйства» и «Устойчивое развитие сельских территорий», а также данные оценки затрат по мерам поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса. Можно предположить, что в случае реализации рекомендаций по повышению уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области показатель конкурентоспособности, рассчитанный с использованием рыночного метода в постоянных ценах, в 2020 г. составит 13048 млн руб., а к моменту завершения реализации целевой программы

«Развитие сельского хозяйства» составит 15041 млн руб.

Данные об увеличении показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области по сравнению с 2019 г. представлены в таблице 3.13.

Таблица 3.13 – Увеличение показателей конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области с использованием рыночного метода в постоянных ценах за счет совершенствования мер поддержки конкурентных преимуществ подкомплекса на 2020-2024 гг.

Год	Конкурентоспособность подкомплекса, млн руб.	Увеличение по сравнению с 2019 г., млн руб.	Темпы роста к 2019 г., %
2020	13047,48	2921	128,84
2021	14564,26	4438	143,82
2022	14664,63	4538	144,81
2023	14733,99	4607	145,50
2024	15041,07	4914	148,53

Составлено автором по [8-16, 213]

За счет совершенствования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в 2020 г. достигается увеличение показателя конкурентоспособности, рассчитанного с использованием рыночного метода в постоянных ценах, на 2921 млн руб., к 2024 г. объем продаж в постоянных ценах возрастает до 4914 млн руб. Дополнительный прирост показателя конкурентоспособности составляет 48,53%.

Таким образом, проведено обоснование перспективных направлений использования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области и их совершенствования:

– необходимо предоставить производителям возможность выбора вариантов сбыта мясной продукции между передачей сырья производителям, кооперацией, направленной на производство готовой продукции, что не исключает ее сбыта через торговые сети либо напрямую покупателям в фирменных магазинах, пользующихся поддержкой регионального бренда, либо через сельские рынки и ярмарки. Основным элементом на уровне производства

мясной продукции является кооперация небольших производителей при поддержке региональных властей, на уровне организации сбыта наиболее эффективным решением было бы строительство распределительных центров, обслуживающих только малые хозяйства из Новосибирской области, а непосредственно сбыт мог бы обеспечиваться поддержкой фирменных магазинов, созданных объединениями малых производителей мясной продукции. Это только возможности для бизнеса, но они ориентируют производителей на реализацию стратегии производственной интеграции, позволяют изучать рынок и запросы потребителей, а в перспективе позволяют создавать конкурентные преимущества. Информационная поддержка малых хозяйств Новосибирской области позволяет ориентировать их на выработку внешних конкурентных преимуществ;

– с организационной точки зрения для для повышения уровня конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса предлагается, в первую очередь, расширение информационной поддержки. Она должна охватывать широкий перечень услуг, предоставляемых производителям мясной продукции, в том числе экономическое обоснование и организационную поддержку проектов, направленных на реализацию стратегии производственной интеграции, практическое взаимодействие представителей мясопродуктового подкомплекса, в целях обмена опытом конкурентной борьбы и эффективного управления бизнесом. Малые производители должны иметь доступ к обзорам рынков, особенно относящимся к потребительским запросам в Новосибирской области, им должна предоставляться организационная поддержка при кооперации и услуги координации при совместном использовании производственных мощностей. Субсидии на поддержку производителей должны способствовать реализации стратегии производственной интеграции, а обучение работников – освоению современных технологий. Предусмотрен также ряд направлений развития профессиональных навыков специалистов малых предприятий, занимающихся производством мясной продукции;

– обоснованы направления по повышению уровня конкурентоспособности

мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области за счет перераспределения финансирования, направленного на поддержку производителей мясной продукции между отдельными направлениями, проведена оценка ожидаемых результатов совершенствования мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. За счет совершенствования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса в 2020 г. достигается увеличение показателя конкурентоспособности, рассчитанного с использованием рыночного метода в постоянных ценах, на 2921 млн руб., к 2024 г. объем продаж в постоянных ценах возрастает до 4914 млн руб.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

1. Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса представляет собой выраженную в превосходстве над другими производителями и основанную на использовании опыта конкуренции способность хозяйств региона объединять специфические для него ресурсы мясного производства в единую технологическую цепочку, формирующуюся как в ходе конкурентных отношений между региональными производителями, так и благодаря их кооперации. Конечным выражением конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона является выбор потребителей в пользу мясной продукции региональных производителей, обеспечиваемый как производством мясного сырья и его переработкой с минимальными технологическими потерями, так и способностью знать и предугадывать запросы потребителей.

2. Факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области позволили уточнить инструменты повышения его конкурентных преимуществ во взаимосвязи с последовательностью создания потребительской ценности. Наибольшее значение в усилении конкурентных преимуществ имеют емкий рынок с хорошо дифференцированным спросом, позволяющий развивать бизнес не только крупным участникам, но и использовать стратегию производственной интеграции независимым производителям, а также близость к рынкам сбыта, позволяющая поставлять продукцию потребителям в других регионах и на экспорт. Этот фактор дополняется развитым транспортным комплексом.

3. Предлагается рассматривать инструменты повышения конкурентоспособности подкомплекса как средства воздействия государства на наиболее значимые аспекты его функционирования исходя из согласования отраслевой стратегии конкурентоспособности со стратегиями участников подкомплекса, необходимости совершенствования конкурентной стратегии участников, действующих недостаточно рационально, и ограничений по ресурсам регионального бюджета.

4. Обоснована методика оценки и повышения эффективности мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона. Региональные власти, воздействуя на наиболее значимые аспекты функционирования мясопродуктового подкомплекса региона, ориентируясь на конкурентные стратегии производителей, факторы конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона, а также технологическую составляющую, должны создать условия, в которых продукция всех производителей в регионе будет востребована рынком.

5. Рассмотрены возможные стратегии участников мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, сделан вывод об их эффективности во взаимосвязи с мерами государственной поддержки. К эффективным стратегиям отнесены вертикальная и производственная интеграция, развитие производства. Неопределенная стратегия, которой придерживается большинство мелких хозяйств, не позволяет использовать государственную поддержку эффективно, что подтверждается теснотой связи между показателями конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области. Меры поддержки мясопродуктового подкомплекса эффективно задействованы только крупными производителями ($r_{x2x13} = 0,8789$; $r_{x2x14} = 0,9117$; $r_{x3x13} = 0,8626$; $r_{x3x14} = 0,8966$). Они используют предоставление субсидий небольшим хозяйствам, для создания внешних конкурентных преимуществ, скупая сырье по низким ценам, поскольку небольшие хозяйства не имеют возможности довести продукцию до конечного потребителя ($r_{yx3} = 0,3336$; $r_{yx8} = 0,2229$). Этим крупные производители мясной продукции перекладывают значительную часть затрат на небольшие предприятия ($r_{yx10} = 0,1878$; $r_{yx11} = 0,3315$; $r_{yx12} = 0,2891$).

6. Построена организационно-экономическая модель конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, позволившая провести оценку эффективности мер поддержки конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области, сделать выводы о существующих недостатках, обосновать практические рекомендации по их совершенствованию:

- необходимо предоставить производителям возможность выбора вариантов сбыта мясной продукции между передачей сырья производителям, кооперацией, направленной на производство готовой продукции, что не исключает ее сбыта через торговые сети либо напрямую покупателям в фирменных магазинах, пользующихся поддержкой регионального бренда, либо через сельские рынки и ярмарки;

- с организационной точки зрения для повышения конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса предлагается, в первую очередь, расширение информационной поддержки. Субсидии на поддержку производителей должны способствовать реализации стратегии производственной интеграции, а обучение работников – освоению современных технологий. Предусмотрен ряд направлений развития профессиональных навыков специалистов малых предприятий, занимающихся производством мясной продукции.

7. Показана необходимость строительства распределительных центров, обслуживающих только малые хозяйства Новосибирской области. Эти распределительные центры предлагают комплекс услуг по доставке и хранению мясной продукции. За счет их деятельности существенно упрощается взаимодействие с конечными потребителями для небольших производителей.

8. Обоснованы предложения по повышению конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области за счет перераспределения финансирования, направленного на поддержку производителей мясной продукции между отдельными направлениями, проведена оценка ожидаемых результатов. За счет совершенствования мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса и перераспределения в 2020 г. увеличение показателя конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса, рассчитанного с использованием рыночного метода в постоянных ценах, составит 2921 млн руб., к 2024 году объем продаж в постоянных ценах возрастет до 4914 млн руб.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Российской Федерации: [принята всенародным голосованием 12.12.1993]: (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

2. Марракешское соглашение об учреждении Всемирной торговой организации [Заключено в г. Марракеше 15.04.1994]: (с изменениями от 27.11.2014) // Сборник законодательства РФ. – 2012. – № 37 (приложение, ч. V). – С. 2019-2031.

3. Договор о Евразийском экономическом союзе [Подписан в г. Астане 29.05.2014]: (редакция от 15.03.2018). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

4. О защите конкуренции: Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (редакция от 24.04.2020) // Сборник законодательства РФ. – 2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434.

5. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: Федеральный закон от 13.07.2015 № 224-ФЗ (редакция от 26.07.2019) // Сборник законодательства РФ. – 2015. – № 29 (часть I). – Ст. 4350.

6. ГОСТ Р 52427-2005 Промышленность мясная. Продукты пищевые. Термины и определения. – Москва: Стандартинформ, 2006.

7. ВНТП 540/697. Нормы технологического проектирования предприятий мясной промышленности (утверждены Главгипропроектотом 01.01.1991). – Москва, 1991.

8. О государственной программе Новосибирской области «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Новосибирской области»: Постановление Правительства Новосибирской области от 02.02.2015 № 37-п (редакция от

31.12.2019). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

9. О государственной программе Новосибирской области «Устойчивое развитие сельских территорий в Новосибирской области»: Постановление Правительства Новосибирской области от 26.02.2015 № 69-п (редакция от 31.12.2019). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

10. Ведомственная целевая программа «Развитие сельского хозяйства и регулирование рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия в Новосибирской области на 2013 – 2020 годы»: Приказ Министерства сельского хозяйства Новосибирской области от 03.08.2012 № 50-нна (редакция от 24.01.2013). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

11. Ведомственная целевая программа «Развитие малых форм хозяйствования в агропромышленном комплексе Новосибирской области на 2009-2011 годы»: Приказ Министерства сельского хозяйства Новосибирской области от 07.08.2008 № 65 (редакция от 07.11.2011). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

12. Ведомственная целевая программа «Развитие мясного скотоводства в Новосибирской области на 2009 – 2012 годы»: Приказ Департамента агропромышленного комплекса Новосибирской области от 24.02.2009 № 14 (редакция от 07.09.2011). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

13. Ведомственная целевая программа «Создание Единой системы информационного обеспечения агропромышленного комплекса в Новосибирской области (2009 – 2011 годы)»: Приказ Департамента агропромышленного комплекса Новосибирской области от 24.12.2009 № 104 (редакция от 08.11.2011). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

14. Ведомственная целевая программа «Строительство животноводческих комплексов (ферм) по производству молока и мяса крупного рогатого скота в Новосибирской области в 2010-2012 годах»: Приказ Департамента агропромышленного комплекса Новосибирской области от 15.03.2010 № 20 (редакция от 26.12.2011). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

15. Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие свиноводства в Новосибирской области на 2014-2020 годы»: Приказ министерства сельского хозяйства Новосибирской области 27.12.2012 №134-нпа (редакция от 16.09.2014). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

16. Об утверждении ведомственной целевой программы «Развитие мясного скотоводства в Новосибирской области на 2014-2020 годы»: Приказ министерства сельского хозяйства Новосибирской области 28.01.2014 №10-нпа (редакция от 28.11.2014). – Текст: электронный // Консультант Плюс: [справочно-поисковая система] (дата обращения: 01.01.2021)

17. Абдиев, М.Ж. Формирование кластера производства мяса и мясной продукции / М.Ж. Абдиев, Г.А. Маметова//Известия Исык-Кульского форума бухгалтеров и аудиторов стран Центральной Азии. – 2017. – № 1-1 (16). – С. 12-17.

18. Агаркова, Л.В. Проблемы устойчивого развития мясного скотоводства / Л.В. Агаркова//Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 5: Экономика. – 2016. – № 4 (190). – С. 148-154.

19. Азоев, Г.Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – Москва: Новости, 2000. – 258 с.

20. Алексеева, А.М. Конкурентные преимущества и их роль в рыночной экономике / А.М. Алексеева. – Москва: МАКС-пресс, 2003. – 49 с.

21. Асташова, Е.А. Формирование информационной инфраструктуры АПК Омской области в рамках реализации национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» / Е.А. Асташова, В.О. Подкорытов,

В.Ф. Стукач // Современное научное знание в условиях системных изменений: материалы четвертой Национальной научно-практической конференции. – 2020. – С. 126-131.

22. Афанасьев, Е.В. Современное состояние и перспективы развития пищевой и перерабатывающей промышленности в Сибирском федеральном округе / Е.В. Афанасьев, Л.В. Тю, Т.И. Утенкова, Е.В. Рудой, Д.М. Слобожанин // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2018. – № 12. – С. 20-24.

23. Афанасьева, Т.А. Совершенствование управления расходами регионального бюджета / Т.А. Афанасьева, Д.М. Слобожанин // Общество в эпоху перемен: современные тенденции развития: материалы II Всероссийской научной конференции с международным участием, проводимой в рамках III Международного форума студентов, аспирантов и молодых ученых «Управляем будущим!»: в 3 ч. – 2016. – С. 18-20.

24. Афанасьева, Т.А. Создание системы инвестиционных паспортов предприятий агропромышленного комплекса Сибири / Т.А. Афанасьева, М.В. Кондратьев, Д.М. Слобожанин // Социально-экономические проблемы совершенствования управленческой деятельности: теория и опыт: сборник трудов научно-практической конференции студентов и магистрантов (с международным участием). – Новосибирск: Новосибирский государственный аграрный университет, 2017. – С. 21-23.

25. Башина, О.Э. Унифицированная система статистических показателей для анализа производства мясной и молочной продукции в Российской Федерации / О.Э. Башина, Ю.Н. Царегородцев // Высшее образование для XXI века: роль гуманитарного образования в контексте технологических и социокультурных изменений: доклады и материалы XV Международной научной конференции: в 2 ч. / под общей редакцией И.М. Ильинского. – 2019. – С. 420-427.

26. Белов, Е.А. Управление конкурентными преимуществами ресурсного потенциала участников рынка мясопродуктов: диссертация на соискание ученой

степени кандидата экономических наук / Е.А. Белов. – Москва, 2011. – 174 с.

27. Бельтюкова, В.А. Ассортимент мясной продукции / В.А. Бельтюкова // Научные труды студентов Ижевской ГСХА / ответственный за выпуск Н.М. Итешина. – Ижевск, 2019. – С. 634-636.

28. Берегатнова, Е.В. Организационно-экономический механизм повышения обеспеченности России мясом и мясной продукцией: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Е.В. Берегатнова. – Москва, 2011. – 169 с.

29. Бокарева, В. Роль бренда в продвижении мясной продукции / В. Бокарева//Мясные технологии. – 2019. – № 8 (200). – С. 39-44.

30. Борисова, О.В. Проблемы и перспективы экспорта мяса и мясной продукции Алтайского края / О.В. Борисова, М.М. Бутакова, О.А. Горянинская // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 4 (49). – С. 27-31.

31. Брызгалина, М.А. Адаптация системы государственной поддержки скотоводческих предприятий к внешним вызовам и ограничениям / М.А. Брызгалина. – Саратов: Саратовский источник, 2019. – 168 с.

32. Булай, А.А. Особенности маркетинга в мясоперерабатывающей отрасли / А.А. Булай//Инновационное развитие современной науки: сборник научных трудов по материалам XVIII Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 7-10.

33. Булохова, Л.В. Внедрение цифровых технологий в сельское хозяйство / Л.В. Булохова, Т.А. Афанасьева, Д.М. Слобожанин//Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса: сборник трудов международной научно-практической онлайн-конференции. – Новосибирск, 2020. – С. 162-165.

34. Власова, А.А. Мясная продукция: выбор потребителей / А.А. Власова, Е.А. Рыбина, А.И. Домнина, А.В. Лабазова, К.В. Белоусова // Проблемы и перспективы развития России: молодежный взгляд в будущее: сборник научных статей 2-й Всероссийской научной конференции. – 2019. – С. 145-150.

35. Воротников, И.Л. Организационно-экономическое обоснование

комплексного использования сырья в мясном скотоводстве / И.Л. Воротников, М.Ю. Руднев, О.Н. Руднева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2020. – № 4. – С. 31-33.

36. Гайнутдинов, И.Г. Факторы конкурентоспособности предприятий отраслей мясного скотоводства в Республике Татарстан / И.Г. Гайнутдинов, А.Ф. Космодемьянская // Дневник науки. – 2019. – № 2 (26). – С. 12-15.

37. Гельвановский, М.И. Конкурентоспособность: микро-, мезо- и макроуровни. Вопросы методологии / М.И. Гельвановский // Высшее образование в России. – 2006. – №10. – С. 32-40.

38. Гильванов, В.Ш. Диверсификация в сельском хозяйстве как фактор финансовой стабильности / В.Ш. Гильванов // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России: материалы XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – 2020. – С. 234-238.

39. Гуминская, И.А. Повышение конкурентоспособности предприятия за счет развития мясного направления / И.А. Гуминская // Инновационные тенденции развития российской науки: материалы X Международной научно-практической конференции молодых ученых, посвященной Году экологии и 65-летию Красноярского ГАУ. – 2017. – С. 212-216.

40. Джумаева, Я.М.Х. Общее понятие конкурентоспособности и способы ее повышения / Я.М.Х. Джумаева, М.Х. Дубаева // Инновационное развитие современной науки: проблемы, закономерности, перспективы: сборник статей V Международной научно-практической конференции: в 3 ч. – 2017. – С. – 202-204.

41. Дудник, А.В. Формирование и развитие системы государственного регулирования конкурентоспособности мясного подкомплекса АПК: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / А.В. Дудник. – Екатеринбург, 2013. – 425 с.

42. Едренкина, Н.М. Государственная программа Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий как инструмент регулирования воздействия государства на воспроизводство трудовых ресурсов села» /

Н.М. Едренкина, А.И. Сучков // Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса: сборник трудов международной научно-практической онлайн-конференции. – 2020. – С. 237-240.

43. Завьялов, П.С. Конкурентоспособность и маркетинг / П.С. Завьялов // Российский экономический журнал. – 2005. – № 12. – С. 50-58.

44. Зарубина, Ю.А. Конкурентоспособность мясной продукции / Ю.А. Зарубина, В.Ф. Еремеев // Современное научное знание, идеи и концепции: сборник научных трудов по материалам I Международного научно-практического форума молодых ученых. – 2017. – С. 26-30.

45. Иваненко, И.С. Изменение структуры производства мясной продукции как фактор роста конкурентоспособности / И.С. Иваненко // Островские чтения. – 2018. – № 1. – С. 74-79.

46. Кабанова, Т.Н. Конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия: понятие, сущность, методы оценки / Т.Н. Кабанова // Проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса России: материалы всероссийской научно-практической конференции: в 8-ми т. – 2017. – С. 129-132.

47. Керзина, Е.А. Товарная политика как инструмент повышения конкурентоспособности предприятий мясоперерабатывающей отрасли: на материалах Пермского края: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Е.А. Керзина. – Пермь, 2014. – 189 с.

48. Кибиров, А.Я. Инвестиционное развитие мясного скотоводства с государственной поддержкой / А.Я. Кибиров, Н.В. Литвина // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. – 2018. – № 4 (37). – С. 71-75.

49. Козлобаева, Е.А. Инновационные решения в сфере производства мясных продуктов / Е.А. Козлобаева, И.А. Глотова // Управление инновационным развитием агропродовольственных систем на национальном и региональном уровнях: материалы международной научно-практической конференции / ответственные за выпуск Е.В. Закшевская, Т.В. Сабетова. – 2019. – С. 120-124.

50. Коптева, Л.А. Формирование и механизм реализации стратегии повышения конкурентоспособности продукции мясного скотоводства: на материалах Северного Казахстана: диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук / Л.А. Коптева. – Екатеринбург, 2011. – 416 с.

51. Король, А.Н. Оценка конкурентоспособности продукции предприятий отрасли мясной переработки Приморского края / А.Н. Король, А.И. Бондаренко // Ученые заметки ТОГУ. – 2014. – Т.5, № 4. – С. 922-930.

52. Королькова, А.П. Государственная поддержка развития мясного скотоводства: региональный аспект / А.П. Королькова, Ю.Р. Стратонович // Вестник Всероссийского научно-исследовательского института механизации животноводства. – 2017. – № 2 (26). – С. 158-163.

53. Кудрявцева, Л.Н. Меры государственной поддержки мясного скотоводства в рамках государственной программы развития сельского хозяйства на 2013-2020 годы / Л.Н. Кудрявцева // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – 2018. – № 5. – С. 40-44.

54. Кудрявцева, Л.Н. Развитие мясного скотоводства в регионах и его ресурсное обеспечение / Л.Н. Кудрявцева // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – № 4. – С. 71-76.

55. Кузьмин, В.Н. Поддержка мясного скотоводства в России / В.Н. Кузьмин // Вестник Всероссийского научно-исследовательского института механизации животноводства. – 2019. – № 3 (35). – С. 12-19.

56. Кузьмин, В.Н. Поддержка мясного скотоводства в США / В.Н. Кузьмин // Научно-информационное обеспечение инновационного развития АПК: материалы XI Международной научно-практической интернет-конференции. – 2019. – С. 14-20.

57. Кундиус, В.А. Методики оценки внешнеэкономической деятельности и приоритетных направлений развития экспорта региона / В.А. Кундиус, А.С. Илинская // Аграрная наука – сельскому хозяйству: сборник материалов XV Международной научно-практической конференции: в 2-х кн. – Барнаул, 2020. –

С. 103-105.

58. Курбатова, Е.С. Проблема отличия понятий эффективность и конкурентоспособность в структуре современной экономики / Е.С. Курбатова // Science Time. – 2018. – № 1 (49). – С. 20-22.

59. Лубкова, Э.М. Развитие животноводства в промышленном регионе как фактор повышения конкурентоспособности АПК / Э.М. Лубкова, С.А. Шелковников // Теория и практика современной аграрной науки: сборник III национальной (всероссийской) научной конференции с международным участием. – 2020. – С. 313-316.

60. Лукиных, В.Ф. Актуализация логистики в продовольственном секторе агропромышленного комплекса (прикладной аспект) / В.Ф. Лукиных, Г.И. Орлов, Н.И. Пыжикова // Логистика: форсайт-исследования, профессия, практика: материалы I Национальной научно-образовательной конференции. – Санкт-Петербург, 2020. – С. 85-94.

61. Мазилкина, Е.И. Основы управление конкурентоспособностью / Е.И. Мазилкина, Г.Г. Паничкина. – Москва: Омега-Л, 2009. – 328 с.

62. Макарова, В.А. Совершенствование ассортиментной политики ОАО «Бобруйский мясокомбинат» на основе стратегического анализа с применением матричных методов / В.А. Макарова // Организационно-правовое обеспечение механизма хозяйствования в сфере агробизнеса: сборник научных статей XV Международной научно-практической конференции студентов и учащихся, проведенной в рамках ежегодного мероприятия «Дни студенческой науки» факультета бизнеса и права УО БГСХА: в 2-х ч. / под редакцией Н.А. Глушаковой. – 2019. – С. 82-85.

63. Макеева, О.О. Маркетинговые исследования поведения потребителей на рынке мяса и мясопродуктов / О.О. Макеева // Актуальные проблемы и достижения региональных экономических систем: сборник научных трудов по материалам V Международной научно-практической конференции. – 2019. – С. 85-88.

64. Маметова, Г.А. Сущность и значение конкурентоспособности мяса и

мясной продукции / Г.А. Маметова // Наука. Образование. Техника. – 2017. – № 1 (58). – С. 30-33.

65. Межов, С.И. Рынок пантового оленеводства: анализ и тенденции / С.И. Межов, А.Ю. Тарасова, Е.В. Рудой, Т.А. Афанасьева, Д.М. Слобожанин // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2019. – № 2. – С. 53-57.

66. Мельников, А.Б. Влияние научно-технического прогресса на устойчивое развитие АПК России / А.Б. Мельников, Г.С. Овченкова // Научно-технологическое обеспечение агропромышленного комплекса России: проблемы и решения: сборник тезисов по материалам V Национальной конференции. – Краснодар, 2020. – С. 82.

67. Мельникова, Т.Ф. Конкурентоспособность предприятия: основные методы обоснования экономической сущности / Т.Ф. Мельникова, В.С. Куприянова, С.Я. Денисюк // Молодой ученый. – 2017. – №15. – С. 431-435.

68. Метелькова, Е.О. Государственная поддержка мясного скотоводства: инвестиции в инновации / Е.О. Метелькова // Инновации в АПК: стимулы и барьеры: сборник статей по материалам международной научно-практической конференции. – 2017. – С. – 202-205.

69. Метелькова, Е.О. Ограничения применения государственной поддержки при взаимной торговле мясной продукцией стран СНГ / Е.О. Метелькова // Стратегические направления развития АПК стран СНГ: материалы XVI Международной научно-практической конференции: в 3 т. – 2017. – С. 58-60.

70. Метелькова, Е.О. Проблемы государственной поддержки мясного скотоводства: программа финансового оздоровления / Е.О. Метелькова // Вестник АПК Ставрополя. – 2017. – № 4 (28). – С. 151-154.

71. Метелькова, Е.О. Система государственной поддержки развития мясного скотоводства: новации и перспективы развития / Е.О. Метелькова // Труды Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 69. – С. 66-71.

72. Метелькова, Е.О. Субсидии на развитие мясного скотоводства:

методология оказания государственной поддержки на федеральном уровне / Е.О. Метелькова // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – № 1. – С. 11-16.

73. Нагирняк, В.С. Исследование сущности и понятия конкурентоспособности как экономической категории / В.С. Нагирняк // Фундаментальные и прикладные научные исследования: актуальные вопросы, достижения и инновации: сборник статей VIII Международной научно-практической конференции: в 4 ч. – 2017. – С. 134-136.

74. Небурчилова, Н.Ф. Современные тенденции в организации производства основных видов мясных продуктов / Н.Ф. Небурчилова, И.В. Петрунина // Мясная индустрия. – 2019. – № 12. – С. 10-15.

75. Омарханова, Ж.М. Конкурентоспособность отрасли мясного животноводства в Казахстане / Ж.М. Омарханова // Современное состояние, традиции и инновационные технологии в развитии АПК: материалы международной научно-практической конференции в рамках XXVII Международной специализированной выставки «Агрокомплекс-2017» Башкирский государственный аграрный университет. – 2017. – С. 323-331.

76. Омарханова, Ж.М. Проблемы обеспечения конкурентоспособности отрасли мясного животноводства Республики Казахстан / Ж.М. Омарханова, З.С. Мухамбетова // Аграрная наука в инновационном развитии АПК: материалы Международной научно-практической конференции в рамках XXVI Международной специализированной выставки «Агрокомплекс-2016». – 2016. – С. 334-344.

77. Першукевич, П.М. Роль агроэкономической науки в развитии экономики АПК Сибирского федерального округа / П.М. Першукевич, Л.В. Тю, Г.М. Гриценко, М.В. Стенкина // Развитие регионального АПК и сельских территорий: современные проблемы и перспективы: материалы XVI Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию СибНИИЭСХ СФНЦА РАН. – Новосибирск, 2020. – С. 5-8.

78. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и

конкурентов / М. Портер. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 608 с.

79. Портер, М. Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М. Портер. – Москва: Альпина Паблишер, 2020. – 946 с.

80. Портер, М. Конкуренция / М. Портер. – Москва: Вильямс, 2018. – 608 с.

81. Портер, М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – Москва: Альпина Паблишер, 2019. – 947 с.

82. Раджабов, Р.Г. Современное состояние и тенденции развития мясного скотоводства России / Р.Г. Раджабов, Н.В. Иванова // Политематический сетевой электронный научный журнал Кубанского государственного аграрного университета. – 2017. – № 132. – С. 1066-1075.

83. Рахимов, О.А. Государственная поддержка развития регионального рынка мясной продукции / О.А. Рахимов // Национальные экономические системы в контексте формирования глобального экономического пространства: сборник научных трудов: в 2 т. – 2019. – С. 347-350.

84. Рыжкова, О.И. Выявление резервов повышения эффективности производства мясной продукции в РФ / О.И. Рыжкова // Наука Удмуртии. – 2019. – № 2 (88). – С. 97-99.

85. Савельева, Ю.С. Проблемы устойчивого развития мясной отрасли / Ю.С. Савельева // Двадцать третьи апрельские экономические чтения: материалы международной научно-практической конференции. – 2017. – С. 184-187.

86. Саенко, И.И. Применение динамического метода оценки конкурентоспособности при разработке стратегии устойчивого развития мясной отрасли Краснодарского края / И.И. Саенко, С.А. Дьяков // Вестник Академии знаний. – 2020. – № 1 (36). – С. 206-216.

87. Сайганов, А. Методика оценки конкурентоспособности мясной продукции на перерабатывающих предприятиях АПК / А. Сайганов, И. Шафранский // Аграрная экономика. – 2018. – Т.6, № 277. – С. 20-29.

88. Сайфетдинов, А.Р. Приоритеты совершенствования системы

государственной поддержки мясного скотоводства в России / А.Р. Сайфетдинов // Итоги научно-исследовательской работы за 2017 год: сборник статей по материалам 73-й научно-практической конференции преподавателей. – 2018. – С. 567-568.

89. Салимова, Т.А. Понятие и составляющие устойчивой конкурентоспособности предприятия / Т.А. Салимова, Е.В. Хахалева // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2017. – № 4 (66). – С. 95-106.

90. Семенова, А.А. Обеспечение качества мясной продукции в ЕАЭС / А.А. Семенова, З.А. Юрчак, Е.В. Белоусова, Е.М. Смагина // Контроль качества продукции. – 2020. – № 2. – С. 14-20.

91. Слобожанин, Д.М. Агрокластеры как инструмент обеспечения устойчивого развития сельского хозяйства региона / Д.М. Слобожанин, А.В. Гааг // Современный взгляд на будущее управленческой науки: сборник трудов II научно-практической конференции студентов и магистрантов факультета государственного и муниципального управления Новосибирского государственного аграрного университета. – Новосибирск, 2017. – С. 96-97.

92. Слобожанин, Д.М. Анализ показателей стратегической поддержки конкурентоспособности мясной отрасли Новосибирской области / Д.М. Слобожанин // Актуальные проблемы экономики и управления АПК. – 2021. – №. – С. 143-147.

93. Слобожанин, Д.М. Анализ потребительского рынка мясной продукции Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Е.В. Рудой // Основные тенденции развития агропромышленного комплекса региона на современном этапе: сборник трудов научной студенческой конференции. – Новосибирск, 2020. – С. 205-207.

94. Слобожанин, Д.М. Возможности использования эконометрического моделирования для повышения конкурентоспособности мясной отрасли региона / Д.М. Слобожанин // Экономика сельского хозяйства России. – 2020. – № 12. – С. 37-41.

95. Слобожанин, Д.М. Инструменты поддержки мясной отрасли в США / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева // Экономический обзор. – 2020. – № 6-7 (7). – С. 17-20.

96. Слобожанин, Д.М. Инструменты стратегического управления конкурентоспособностью мясной отрасли Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева // Актуальные проблемы агропромышленного комплекса: сборник трудов научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, магистрантов и студентов Новосибирского ГАУ. – Новосибирск, 2020. – С. 479-482.

97. Слобожанин, Д.М. Инструменты управления конкурентными преимуществами мясной отрасли в регионе / Д.М. Слобожанин // Устойчивое развитие сельских территорий: взгляд молодых ученых: материалы I Всерос. научно-практической конференции молодых ученых. – Новосибирск, 2020. – С. 81-84.

98. Слобожанин, Д.М. Конкурентные стратегии производителей мясной продукции на рынке Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева, А.А. Волосский // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2020. – № 5 (377). – С. 82-87.

99. Слобожанин Д.М. Методика совершенствования стратегических инструментов управления конкурентоспособностью мясной отрасли региона / Д.М. Слобожанин // Экономика сельского хозяйства России. – 2021. – № 2. – С. 60-65.

100. Слобожанин, Д.М. Оценка конкурентоспособности мясной отрасли на примере Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева // АПК: Экономика, управление. – 2020. – № 9. – С. 82-91.

101. Слобожанин, Д.М. Показатели поддержки конкурентоспособности мясной отрасли Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева // Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса: сборник трудов международной научно-практической онлайн-конференции. – Новосибирск, 2020. – С. 139-143.

102. Слобожанин, Д.М. Понятие и сущность конкурентоспособности мясной отрасли / Д.М. Слобожанин // АПК: экономика, управление. – 2021. – № 2. – С. 81-90.

103. Слобожанин, Д.М. Развитие мараловодства и оленеводства в Республике Алтай / Д.М. Слобожанин // Аграрная наука – сельскохозяйственному производству Сибири, Казахстана, Монголии, Беларуси и Болгарии: сборник научных докладов XX Международной научно-практической конференции. – Новосибирск, 2017. – С. 288-289.

104. Слобожанин, Д.М. Состояние и перспективы развития субъектов малого и среднего агробизнеса в Новосибирской области / Д.М. Слобожанин, Т.А. Коломеец // Новейшие направления развития аграрной науки в работах молодых ученых: сборник материалов VI международной научно-практической конференции – Краснообск, 2017. – С. 339-344.

105. Слобожанин, Д.М. Управление стратегическим развитием конкурентоспособности отрасли: факторы и инструменты / Д.М. Слобожанин, Т.А. Афанасьева // Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы: материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием: в 2 ч. / под общей редакцией Т.А. Куттубаевой, А.В. Глотко. – Горно-Алтайск, 2020. – С. 13-16.

106. Слобожанин, Д.М. Экологические аспекты продукции мараловодства при получении функциональных продуктов питания / Д.М. Слобожанин, О.И. Себежко, О.С. Короткевич // Пища. Экология. Качество: сборник материалов XVI Международной научно-практической конференции в 2 т. / ответственные за выпуск О.К. Мотовилов, О.А. Высоцкая, К.Н. Нициевская, Л.П. Хлебова. – Барнаул, 2019. – С. 192-194.

107. Смирнова, В.В. Стратегия государственной поддержки инвестиций в производство мяса в регионах Северо-западного федерального округа / В.В. Смирнова // Российский электронный научный журнал. – 2018. – № 3 (29). – С. 164-177.

108. Стадник, А.Т. Парадигма стабильного развития агропромышленного

комплекса / А.Т. Стадник, С.Г. Чернова, А.А. Самохвалова, Л.А. Цветкова, О.В. Ожогова // Приоритетные направления научно-технологического развития агропромышленного комплекса: сборник трудов международной научно-практической онлайн-конференции. – 2020. – С. 143-146.

109. Сулейманова, А.И. Повышение конкурентоспособности продуктивного коневодства: на материалах Республики Башкортостан: диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / А.И. Сулейманова. – Уфа, 2017. – 178 с.

110. Сушко, В. Анализ процесса формирования конъюнктуры продовольственного рынка Европейского союза / В. Сушко // Аграрная экономика. – 2020. – № 2 (297). – С. 12-28.

111. Терещенко, Т.В. вопросу о названиях мясной продукции / Т.В. Терещенко, З.А. Юрчак, В.Г. Коробова, О.А. Кузнецова, М.В. Трифонов // Все о мясе. – 2019. – № 2. – С. 19-22.

112. Титов, А.А. Роль упаковки в повышении конкурентоспособности мясной продукции / А.А. Титов // Управление социально-экономическими системами: материалы международной научно-практической конференции: в 2 т. – 2017. – С. 465-467.

113. Титовец, К.А. Повышение конкурентоспособности мяса и мясной продукции / К.А. Титовец // Специалисты АПК нового поколения (экономические науки): сборник статей Всероссийской научно-практической конференции Саратовский государственный аграрный университет им. Н.И. Вавилова. – Саратов, 2017. – С. 654-659.

114. Тихомиров, А.И. Экономическая эффективность развития подотраслей животноводства / А.И. Тихомиров // Экономика сельского хозяйства России. – 2018. – № 1. – С. 76-84.

115. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент. Создание конкурентного преимущества / А.А. Томпсон, М. Питерс. – Москва: Дialeктика, 2018. – 800 с.

116. Тю, Л.В. Развитие инвестиционных процессов в сельском хозяйстве России / Л.В. Тю // Развитие регионального АПК и сельских территорий:

современные проблемы и перспективы: материалы XVI Международной научно-практической конференции, посвященной 65-летию СибНИИЭСХ СФНЦА РАН. – Новосибирск, 2020. – С. 20-23.

117. Устюгова, И.Е. Оценка российского рынка мясной продукции / И.Е. Устюгова // Перспективы и проблемы инновационного развития социально-экономических систем: материалы VI Национальной научно-практической конференции научных сотрудников, специалистов, преподавателей, аспирантов. – 2018. – С. 93-94.

118. Ушачев, И.Г. Развитие цифровых технологий в сельском хозяйстве как составная часть аграрной политики / И.Г. Ушачев, А.В. Колесников // АПК: Экономика, управление. – 2020. – № 10. – С. 4-16.

119. Фасхиев, Х.А. Двухступенчатая модель управления конкурентоспособностью предприятия / Х.А. Фасхиев, А.В. Крахмалева // Вестник УГАТУ. – 2015. – №1 (67). – С. 278-294.

120. Фасхиев, Х.А. Системный подход к управлению уровнем конкурентоспособности предприятия / Х.А. Фасхиев//Маркетинг в России и за рубежом. – 2014. – № 5. – С. 103-114.

121. Халявина, М.Л. Развитие рынка мясной продукции на основе совершенствования товарной политики предприятия : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / М.Л. Халявина. – Киров, 2015. – 253 с.

122. Челнокова, О.Ю. Моделирование использования индекса Херфиндаля-Хиршмана при анализе степени концентрации фирм на отраслевом рынке / О.Ю. Челнокова // Профессиональная ориентация. – 2018. – №2. – С. 54-58.

123. Чельшева, Д.А. Оценка влияния санкций на рынок мясной продукции в России / Д.А. Чельшева, О.В. Титова // Инновационная экономика: перспективы развития и совершенствования. – 2018. – № 3 (29). – С. 154-158.

124. Шагирбаева, Ж.Ж. Проблемы и перспективы развития мясного скотоводства в Оренбургской области / Ж.Ж. Шагирбаева // Современные

проблемы и перспективы развития агропромышленного комплекса 2019. – С. 103-106.

125. Шафранский, И.Н. Направления повышения конкурентоспособности мясной продукции / И.Н. Шафранский // Инновационный путь развития предприятий АПК: сборник научных трудов по материалам XL Международной научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава. – 2017. – С. 165-170.

126. Шафранский, И.Н. Экономический механизм повышения конкурентоспособности мясной продукции на перерабатывающих предприятиях АПК / И.Н. Шафранский // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. – 2019. – № 2. – С. 65-70.

127. Шукуров, А.К. Конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции: состояние, проблемы, пути решения / А.К. Шукуров, Б.М. Шукурова, А.Т. Унгербаева // Статистика, учет и аудит. – 2019. – № 2 (73). – С. 177-182.

128. Яшкин, А.И. Анализ состояния сырьевой базы мясной промышленности Алтайского края / А.И. Яшкин // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2019. – № 4-1. – С. 233-236.

129. Adanguidi, J. Analysis of the Profitability and Competitiveness of Rabbit Value Chains in Benin / J. Adanguidi // Journal of Agricultural Science. – 2020. – Vol. 12. – PP. 151-167.

130. An, S.B. Storage Stability of Raw Beef, Dry-Aging Beef, and Wet-Aging Beef at Refrigeration Temperature / S.B. An, S.H. Hwang, Y.S. Cho // Journal of Food Hygiene and Safety. – 2020. – Vol. 35. – P. 170-176.

131. Anindita, R. The demand for beef in Indonesian urban / R. Anindita, A.A. Sadiyah, N. Khoiriyah, D.R. Nendyssa // IOP Conference Series Earth and Environmental Science. – 2020. – Vol. 411. – P. 297-299.

132. Bailone, R.L. Technological innovation in the productive sector of meat: in vitro, the meat of the future / R.L. Bailone, H.C.S. Fukushima, R.O. Roça, R.C. Borra, L.K. Aguiar // Journal on Innovation and Sustainability RISUS. – 2020. – Vol. 10. –

P. 105-114.

133. Bekkerman, A. An alternative approach to measuring demand changes in meat markets / A. Bekkerman, G.W. Brester, G.T. Tonsor // International Food and Agribusiness Management Review, International Food and Agribusiness Management Association. – 2018. – Vol. 22(3). – P. 41-49.

134. Beňuš, O. Competitiveness of the Czech Meat Industry on the Single Market / O. Beňuš // European Countryside. – 2019. – Vol. 11. – P. 12-31.

135. Bolila, S. Customer-oriented technologies for forming the competitive advantages of a meat processing enterprise in the local market / S. Bolila, N. Kyrychenko, I. Osadchuk // Agrosvit. – 2020. – № 5. – P. 77-79.

136. Broad, G.M. Making Meat, Better: The Metaphors of Plant-Based and Cell-Based Meat Innovation / G.M. Broad // Environmental Communication. – 2020. – Vol. 3. – P. 1-14.

137. Cañizares, A.R. Buffalo Meat Value Chain Analysis in Luzon, Philippines / A.R. Cañizares, E.C. Suñaz, J.C. Padrid, J.E. Lapitan, M.C.M. Molina, J.A.G. Lantican, F.A. Lantican, L.A.M. Carandang. – Philippines: Books on Agricultural Research and Development, Southeast Asian Regional Center for Graduate Study and Research in Agriculture (SEARCA), 2017. – 384 p.

138. Caridade, C.M.R. Image analysis as a tool for beef grading / C.M.R. Caridade, C.D. Pereira, A.F. Pires, N.G. Marnotes, J.F. Viegas // Computer Methods in Biomechanics and Biomedical Engineering: Imaging & Visualization. – 2020. – Vol. 6. – P. 1-10.

139. Chellaiah, R. Advances in Meat Preservation and Safety / R. Chellaiah, M. Shanmugasundaram, J. Kizhekkedath // International Journal of Science and Research (IJSR). – 2020. – Vol. 9(3). – P. 1499-1502.

140. Darbandi, E. The Impact of Consumer Beef Safety Awareness on U.S. Beef Exports / E. Darbandi, R. Radmehr, S.H. Saghaian // The International Trade Journal. – 2020. – Vol. 4. – P. 1-22.

141. Drouillard, J.S. Current situation and future trends for beef production in the United States of America / J.S. Drouillard // Asian-Australas J Anim Sci.– 2018. –

Vol.31, N 7. – P. 1007-1016.

142. El-Safty, S. Food losses and waste in meats / S. El-Safty, C.F. Sosa-Ferreyra // Preventing food losses and waste to achieve food security and sustainability. – 2019. – P. 467-482.

143. Fernandes, A.M. Insights of innovation and competitiveness in meat supply chains / A.M. Fernandes, O. Teixeira, H.V. Rios, M.E.A. Canozzi, G. Schultz // International Food and Agribusiness Management Association. – 2019. – N 22(3). – P. 1-16.

144. Fischer, J. Managing Meat and Non-Meat Markets in Contemporary India / J. Fischer // The Routledge Companion to Anthropology and Business. – 2020. – P. 172-191.

145. Garmyn, A. Consumer Preferences and Acceptance of Meat Products / A. Garmyn // Foods. – 2020. – Vol. 9. – P. 708-715.

146. Geeraerts, W. Meat and Meat Products / W. Geeraerts, D.A. Stavropoulou, L. De Vuyst, F. Leroy // How Fermented Foods Feed a Healthy Gut Microbiota. – 2019. – P. 57-90.

147. Gillespie, J. Why do farmers decide to produce meat goats? Evidence from the United States / J. Gillespie, N. Nyaupane, B. Dunn, K. McMillin // Agriculture and Human Values, Springer. – 2016. – Vol. 33(4). – P. 911-927.

148. Girish, P.S. Meat traceability and certification in meat supply chain / P.S. Girish, S.B. Barbuddhe // Meat Quality Analysis. – 2020. – P. 153-170.

149. Glotko, A.V. Development of Integration Processes in the Agro-Industrial Complex of the Russian Regions / A.V. Glotko, I.N. Sycheva, A.N. Dunets, A.L. Poltarykhin, P.V. Zhuravlev, A.A. Tubalets // European Research Studies Journal, European Research Studies Journal. – 2018. – Vol. 0 (Special 3). – P. 3-15.

150. Golini, R. Developing sustainability in the Italian meat supply chain: an empirical investigation / R. Golini, A. Moretto, F. Caniato, M. Caridi, M. Kalchschmidt // International Journal of Production Research, Taylor & Francis Journals. – 2017. – Vol. 55(4). – P. 1182-1209.

151. Gornin, L. Meat Livestock Farming State Regulation / L. Gornin // Public

administration issues, Higher School of Economics. – 2018. – N 3. – P. 65-87.

152. Greenwood, P.L. Current situation and future prospects for the Australian beef industry / P.L. Greenwood, D.M. Ferguson // Asian Australasian Journal of Animal Sciences. – 2018. – Vol. 31(7). – P. 12-19.

153. István, S. Global Tendencies In Pork Meat – Production, Trade And Consumption / S. István, V. Vida // APSTRACT: Applied Studies in Agribusiness and Commerce, AGRIMBA. – 2017. – Vol. 11(3-4). – P. 41-48.

154. Jafrizal, J. Efficiency Analysis of meat processing industry in Indonesia / J. Jafrizal, B. Robiani, S. Suhel // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2017. – Vol. 61(1). – P. 294-304.

155. Jindrich, S. Effects of the investment support in the Czech meat processing industry / S. Jindrich, Z. Naglova, G. Martin // Agricultural Economics (Zemědělská ekonomika). – 2017. – Vol. 63. – P. 32-41.

156. Kapelko M. Managerial and program inefficiency for European meat manufacturing firms: A dynamic multidirectional inefficiency analysis approach / M. Kapelko, A.O. Lansink // Journal of Productivity Analysis, Springer. – 2018. – Vol. 49(1). – P. 25-36.

157. Kapelko, M. Investment Age and Dynamic Productivity Growth in the Spanish Food Processing Industry / M. Kapelko, A.O. Lansink, S.E. Stefanou // American Journal of Agricultural Economics, Agricultural and Applied Economics Association. – 2016. – Vol. 98(3). – P. 946-961.

158. Kiriş, S.B. Evaluating the Performance of the Production Line with Simulation Approach in Meat Processing Industry: A Case from Turkey / S.B. Kiriş, M. Ünal // Alphanumeric Journal, Bahadır Fatih Yıldırım. – 2020. – Vol. 8(1). – P.1-16.

159. Leone, C. Emerging Meat Processing Technologies for Microbiological Safety of Meat and Meat Products / C. Leone, E.N. Rama, H. Thippareddi, J. Kataria, M. Singh // Meat and Muscle Biology. – 2020. – Vol. 18. – P. 23-29.

160. Liahovska, O. Main trends of foreign trade in Ukraine by meat and meat products / O. Liahovska // Agrosvit. – 2020. – Vol. 2. – P. 70-79.

161. Liudvenko, D. Cost Accounting and Calculation of the Cost of Feed in the Pig Industry / D. Liudvenko // Accounting and Finance, Institute of Accounting and Finance. – 2019. – Vol. 1. – P. 44-48.
162. Loo Van, E.J. Consumer preferences for farm-raised meat, lab-grown meat, and plant-based meat alternatives: Does information or brand matter? / E.J. Van Loo, V. Caputo, J.L. Lusk // Food Policy. – 2020. – Vol. 7. – P. 123-132.
163. Lucius, R. Muslim Millennials and Cultured Meat Consumption / R. Lucius: thesis for: PhD. – USA: Florida Gulf Coast University, 2020. – 194 p.
164. Malcolm, B. Chain Failure Theory as a Framework for Evaluating Horizontal and Vertical Strategic Alliances among Food Value Chain Participants: A Red Meat Industry Perspective / B. Malcolm, G. Griffith, S. Mounter, E. Fleming // AFBM Journal, Australasian Farm Business Management Network. – 2017. – Vol. 14. – P. 181-187.
165. Martin, H.M. A financial and public policy analysis of the meat industry / H.M. Martin, K.T. Smith, L.M. Smith // International Journal of Economics and Accounting, Inderscience Enterprises Ltd. – 2016. – Vol. 7(1). – P. 74-88.
166. Maruli, P. Demand model of origin Australia beef imports and domestic beef production / P. Maruli, A. Minha, D. Susetyo, D. Adriani // Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences. – 2020. – N 6. – P. 29-37.
167. Mazhangara, I.R. The Potential of Goat Meat in the Red Meat Industry / I.R. Mazhangara, E. Chivandi, J.F. Mupangwa, V. Muchenje // Sustainability, MDPI, Open Access Journal. – 2019. – Vol. 11(13). – P. 1-12.
168. Mitic, V. Measuring Competitiveness on Meat Industry Market: Are There Any Oligopolies in Serbia? / V. Mitic, N. Kilibarda, I. Brdar, M. Kostić, D. Sarcevic, N. Karabasil, V. Mizdrakovic // Meat Technology. – 2018. – Vol. 59, N 2. – P. 127-136.
169. Mounter, S. Financing Agricultural Value Chain RD&E: An Alternative Approach with Examples from the Red Meat Industry / S. Mounter, E. Fleming, G. Griffith // Australasian Agribusiness Review, University of Melbourne, Department of Agriculture and Food Systems. – 2019. – Vol. 27(3). – P. 18-23.

170. Munkhdelger, B. The Meat Processing Industry in Mongolia / B. Munkhdelger // International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP). – 2020. – Vol. 10. – P. 99-103.

171. Náglová, Z. Influence of Qualitative Factors on Quantitative Determinants in the Czech Meat Industry Economy / Z. Náglová, T. Horáková // AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics, Czech University of Life Sciences Prague, Faculty of Economics and Management. – 2016. – Vol. 8(4). – P. 1-15.

172. Náglová, Z. Investment Subsidies in the Meat Industry and Their Impact on Business Economics / Z. Náglová // Central European Business Review, University of Economics, Prague. – 2018. – Vol. – 2018(1). – P. 37-45.

173. Niss, M. Modelling Competency and Modelling Competencies / M. Niss, W. Blum // The Learning and Teaching of Mathematical Modelling. – 2020. – P. 76-89.

174. Omarkhanova, Z. Sustainable development of competitiveness of meat cattle breeding / Z. Omarkhanova, Z. Amangeldijeva, Z. Abylkassimova, K. Khassenova, A. Ramashova // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2018. – N 9(1). – P. 151-159.

175. Oralbayeva, A.K. Problems of development of meat and meat products export in Kazakhstan / A.K. Oralbayeva // Izvestiâ Nacional'noj akademii nauk Respubliki Kazahstan. – 2020. – № 5. – P. 54-63.

176. Osyanin, D.N. Major Export Opportunities and Obstacles in the Meat Industry of the Russian Federation's Agro-Industrial Complex / D.N. Osyanin, N.F. Neburchilova, I.V. Petrunina // Studies on Russian Economic Development, Springer. – 2019. – Vol. 30(3). – P. 275-278.

177. Panagiotou, D. A stochastic frontier estimator of the aggregate degree of market power exerted by the US meat packing industry / D. Panagiotou, A. Stavrakoudis // Economia e Politica Industriale: Journal of Industrial and Business Economics, Springer. – 2018. – Vol. 45(3). – P. 387-401.

178. Pastore, R. Competition Barriers to Paraguayan Beef Exports: An Economic Review / R. Pastore, C. Agustin, J. West // Studies in Agricultural

Economics, Research Institute for Agricultural Economics. – 2019. – Vol. 121(1). – P. 219-229.

179. Petre, I.L. Analysis of Competitiveness on the Meat Market and Meat Products in Romania / I.L. Petre // International Conference on Competitiveness of Agro-food and Environmental Economy Proceedings, The Bucharest University of Economic Studies. – 2017. – Vol. 6. – P. 128-136.

180. Pohlová, K. Czech Foreign Trade with Meat and Meat Products / K. Pohlová, J. Mezera, J. Špička // Acta Oeconomica Pragensia, University of Economics, Prague. – 2016. – Vol. 2016(2). – P. 63-80.

181. Popat, M. The Economic Impact of Imports on the Australian Pig Industry: Is it Time for the WTO's Safeguard Measures? / M. Popat, G. Griffith, S. Mounter // Australasian Agribusiness Review, University of Melbourne, Department of Agriculture and Food Systems. – 2017. – Vol. 25. – P. 89-94.

182. Pozo, V.F. Evaluating the costs of meat and poultry recalls to food firms using stock returns / V.F. Pozo, T.C. Schroeder // Food Policy, Elsevier. – 2016. – Vol. 59(C). – P. 66-77.

183. Putman, B. A retrospective analysis of the United States poultry industry: 1965 compared with 2010 / B. Putman, G. Thoma, J. Burek, M. Matlock // Agricultural Systems, Elsevier. – 2017. – Vol. 157(C). – P. 107-117.

184. Rohani, S. The farmer competency that doing partnership systems (Teseng) in beef cattle business at Bone regency, South Sulawesi province, Indonesia / S. Rohani, A.R. Siregar, T.G. Rasyid, M. Aminawar, M. Darwis // IOP Conference Series Earth and Environmental Science. – 2020. – Vol. 6. – P. 23-29.

185. Rudinskaya, T. Investigation of the Determinants of Market Power on Czech Pork Meat Market / T. Rudinskaya // AGRIS on-line Papers in Economics and Informatics, Czech University of Life Sciences Prague, Faculty of Economics and Management. – 2019. – Vol. 11(2). – P. 77-86.

186. Šapolaitė, V. Dynamics in the Agricultural Sectors of the Baltic States: the Effects of the Common Agricultural Policy and Challenges for the Future / V. Šapolaitė, A. Veveris, A. Volkov, V. Namiotko // Montenegrin Journal of

Economics, Economic Laboratory for Transition Research (ELIT). – 2019. – Vol. 15(4). – P. 211-223.

187. Setiaji, B. Supply Chain of the Beef Market in Indonesia / B. Setiaji, H.D. Wahyudi, I. Susila // Expert Journal of Business and Management, Sprint Investify. – 2017. – Vol. 5(2). – P. 129-135.

188. Shang, X. Food safety recall effects across meat products and regions / X. Shang, G.T. Tonsor // Food Policy, Elsevier. – 2017. – Vol. 69(C). – P. 145-153.

189. Shishkina, N.S. Quick freezing of plant products, meat and meat-and-plant products using complex technologies / N.S. Shishkina, O.V. Karastoyanova, N.I. Fedyanina, D.V. Zhuravskaya-Skalova, A.A. Gryzunov // Meat Industry Journal. – 2020. – Vol. 4. – P. 10-14.

190. Špička, J. How does public investment support change the capital structure and productivity of small enterprises? An empirical study of the food industry / J. Špička // International Food and Agribusiness Management Association. – 2018. – Vol. 21(8). – P. 1-16.

191. Slobozhanin, D.M. Novosibirsk Region Meat Industry Competitiveness Indicators / D. Slobozhanin, T. Afanasyeva, I. Konkov // Proceedings of XIX International Scientific and Practical Conference «Current Trends of Agricultural Industry in Global Economy». – 2020. – P. 232-240.

192. Strategic cost management as instrument for improving competitiveness of agribusiness complex / B. Savic, Z. Vasiljevic, D. Dordevic // Ekonomika Poljoprivrede. – 2014. – Vol. 61(4). – P. 1005-1020.

193. Shah, R., Ward, P.T. Lean manufacturing: context, practice bundles, and performance // Journal of Operations Management. – 2003. – Vol 21, N 2. – P. 129–149.

194. Tul-Krzyszczuk, A. The Impact of Innovation on the Global Competitiveness of Polish Meat and Dairy Enterprises / A. Tul-Krzyszczuk, P. Jankowski // Zeszyty Naukowe SGGW w Warszawie – Problemy Rolnictwa Światowego. – 2019. – Vol. 19(34). – P. 120-132.

195. Usaquén, M.A.O. Design of a Competitive Intelligence System for the Meat

Sector in Colombia Using Business Intelligence / M.A.O. Usaquén, V.H.M. García, J.E. Otálora // Knowledge Management in Organizations. – 2019. – PP. 489-499.

196. Ventanas, S. Innovation in sensory assessment of meat and meat products / S. Ventanas, A. González-Mohino, M. Estévez, L. Carvalho // Meat Quality Analysis. – 2020. – P. 393-418.

197. Xu, J. A Study on Foreign Capital M&A of Agribusiness / J. Xu // Asian Agricultural Research, USA-China Science and Culture Media Corporation. – 2016. – Vol. 8(07). – P. 1-4.

198. Zhang, Y. Updating and Recalibrating Equilibrium Displacement Models of the Australian Livestock Industries: Pig Meat / Y. Zhang, S. Mounter, G. Griffith // Australasian Agribusiness Review, University of Melbourne, Department of Agriculture and Food Systems. – 2018. – Vol. 26. – P. 22-29.

199. В Новосибирске пройдет одна из крупнейших выставок пищевой промышленности в Сибири. – Текст: электронный. – URL: <https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/ite-sibir-v-novosibirske-proydet-odna-iz-krupneyshikh-vystavok-pishchevoy-promyshlennosti-v-sibiri/2020-02-24><https://www.retail.ru/rbc/pressreleases/ite-sibir-v-novosibirske-proydet-odna-iz-krupneyshikh-vystavok-pishchevoy-promyshlennosti-v-sibiri/> (дата обращения: 21.04.2020).

200. Газон Next 3 местный рефрижератор. – Текст: электронный. – URL: <https://gazavtomig.ru/catalog/gazon-next/gazon-next-3-mestnyy-refrizherator/> (дата обращения: 19.05.2020).

201. Карасукский мясокомбинат. – Текст: электронный. – URL: <http://limp-vkusa.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

202. Крупнейшие производители свинины в 2018 году. – Текст: электронный. – URL: <http://www.agroimport.ru/news/krupnejshie-proizvoditeli-svininy-v-rf-v-2018-godu/> (дата обращения: 21.04.2020).

203. Кудряшовский мясокомбинат в Новосибирске. – Текст: электронный. – URL: <http://kmknsk.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

204. Министерство сельского хозяйства Новосибирской области. – Текст:

электронный. – URL: <http://mcx.nso.ru> (дата обращения: 21.04.2020).

205. Мясо Портал. – Текст: электронный. – URL: <http://www.myaso-portal.ru> (дата обращения: 21.04.2020).

206. Мясокомбинаты России. – Текст: электронный. – URL: <https://productcenter.ru/producers/catalog-miaso-203> (дата обращения: 21.04.2020).

207. ООО «Барс». – Текст: электронный. – URL: <http://barsnsk.com> (дата обращения: 22.12.2020).

208. ООО «Мясокомбинат Обской». – Текст: электронный. – URL: <http://obskoey.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

209. Проект Стратегии развития пищевой и перерабатывающей промышленности Новосибирской области. – Текст: электронный. – URL: http://www.mcx.nso.ru/sites/mcx.nso.ru/wodby_files/files/news/2016/12/strategiya_sayt.pdf (дата обращения: 21.04.2020).

210. Производители колбасных изделий в России. – Текст: электронный. – URL: <https://www.prod-expo.ru/ru/articles-of-prodexpo/proizvoditeli-kolbasnyh-izdeliy-v-rossii/> (дата обращения: 21.04.2020).

211. Рейтинг крупнейших производителей колбасных изделий. – Текст: электронный. – URL: https://www.delprof.ru/press-center/open_analytics/4820/ (дата обращения: 11.03.2020).

212. Рейтинг крупнейших производителей колбасных изделий. – Текст: электронный. – URL: https://www.delprof.ru/press-center/open_analytics/4820/ (дата обращения: 21.04.2020).

213. Росстат. – Текст: электронный. – URL: www.gks.ru (дата обращения: 21.04.2020).

214. Сибирская Продовольственная Компания. – Текст: электронный. – URL: <https://spkfood.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

215. Сибирские Мясные Продукты. – Текст: электронный. – URL: <https://www.smpnsk.ru/company> (дата обращения: 22.12.2020).

216. Сибирский Гурман официальный сайт производителя. – Текст: электронный. – URL: <https://sib-gurman.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

217. ТД БМК. – Текст: электронный. – URL: <https://tdbmk.ru> (дата обращения: 22.12.2020).

218. Типовой промышленный холодильник. – Текст: электронный. – URL: <https://panel.ru/prices/refrigerators/2000-2/> (дата обращения: 19.05.2020).

219. Топ 25. Производители мяса. – Текст: электронный. – URL: <https://www.agroinvestor.ru/rating/article/31857-lidery-dobavili-myasa/> (дата обращения: 21.04.2020).

220. Торговая площадь. – Текст: электронный. – URL: <http://торговаяплощадь.рф> (дата обращения: 22.12.2020).

221. AnimalProduction. – Текст: электронный. – URL: <https://www.usda.gov/topics/animals/animal-production> (дата обращения: 11.03.2020).

222. Beef. EuropeanCommission. – Текст: электронный. – URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/animals-and-animal-products/animal-products/beef_en (дата обращения: 11.03.2020).

223. China livestock industry signals significant support for sustainable beef. – Текст: электронный. – URL: <https://www.solidaridadnetwork.org/news/china-livestock-industry-signals-significant-support-for-sustainable-beef> (дата обращения: 11.03.2020).

224. China's dominance in the global meat market: the Chinese translation of the «Global Meat Complex». – Текст: электронный. – URL: <https://www.iatp.org/blog/201902/chinas-dominance-global-meat-market-chinese-translation-global-meat-complex> (дата обращения: 11.03.2020).

225. East 'meats' West. – Текст: электронный. – URL: <https://www.chinadialogue.net/article/show/single/en/9828-East-meats-West> (дата обращения: 11.03.2020).

226. Meatmarketobservatory. – Текст: электронный. – URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/facts-and-figures/markets/overviews/market-observatories/meat_en (дата обращения: 11.03.2020).

227. Ministry of Agriculture and Rural Affairs of the People's Republic of China. – Текст: электронный. – URL: <http://english.agri.gov.cn> (дата обращения: 11.03.2020).

228. National Cattlemen's Beef Association. – Текст: электронный. – URL: <https://www.ncba.org> (дата обращения: 11.03.2020).

229. Official Website of China Animal Agriculture Association (CAAA). – Текст: электронный. – URL: [http://www.chinaexhibition.com/Official_Site/21-859-China_Animal_Agriculture_Association_\(CAAA\).html](http://www.chinaexhibition.com/Official_Site/21-859-China_Animal_Agriculture_Association_(CAAA).html) (дата обращения: 11.03.2020).

230. Small- and Medium-Sized Enterprises (SMEs). – Текст: электронный. – URL: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements/transatlantic-trade-and-investment-partnership-t-tip/t-tip-12> (дата обращения: 11.03.2020).

231. Small Business Administration. – Текст: электронный. – URL: <https://www.sba.gov> (дата обращения: 11.03.2020).

232. Support for SMEs and entrepreneurs – European Commission. – Текст: электронный. – URL: https://ec.europa.eu/growth/smes/support/networks_en (дата обращения: 11.03.2020).

233. The common agricultural policy at a glance. – Текст: электронный. – URL: https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/cap-glance_en (дата обращения: 11.03.2020).

234. Xinhua Headlines: China promotes large pig farms to ensure stable pork supply. – Текст: электронный. – URL: <https://www.solidaridadnetwork.org/news/china-livestock-industry-signals-significant-support-for-sustainable-beef> (дата обращения: 11.03.2020).

Приложение А

Количественное описание факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса региона

Фактор	Переменная	Обозначение для расчётов	Обозначение переменной	Описание переменной	Связь с мерами поддержки управления конкурентных преимуществ мясопродуктового подкомплекса региона
1	2	3	4	5	6
Транспортная доступность	Протяженность автомобильных дорог Новосибирской области, тыс. км	x_1	CFM_1	Конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса региона от фактора доступности зависит выше, чем других отраслей сельского хозяйства, поскольку требуются регулярные поставки продукции. Этот фактор особенно важен для удаленных районов Новосибирской области, где отсутствие нормального доступа к производительно выступает решающим ограничением для создания конкурентных преимуществ	Фактор является контролируемым, поскольку развитие дорог предусмотрено целевой программой «Развитие сельского хозяйства»
Кредитование мясопродуктового подкомплекса	Кредитование, млн руб.	x_2	CFM_2	Для развития производства необходимо привлечение заемного финансирования, хотя, с учетом значения коэффициента автономии крупные производители обладают достаточным объемом собственного капитала. Модернизация производства и наращивание выпуска продукции требуют дополнительных источников финансирования, причем предоставляемых на приемлемых условиях	Фактор относится к числу контролируемых, поскольку целевой программой «Развитие сельского хозяйства» предусмотрены субсидии на инвестиционное кредитование производства

Продолжение приложения А

1	2	3	4	5	6
Высокая емкость рынка	Оборот торговли, млн руб.	х3	FMI ₁	Местным производителям выгоднее сбывать продукцию на региональном рынке, через торговые сети или фирменные магазины, а также на рынках, чем поставлять в другие регионы, поскольку для этого требуются организованные поставки, а это означает снижение рентабельности для производителя и возможное снижение закупочных цен, поскольку продукция поставляется через оптовую торговую компанию. Наличие реальной возможности сбыта лучше всего характеризуют показатели совокупного объема розничных продаж на региональном рынке	Фактор не является контролируемым, поскольку региональные власти не имеют возможности непосредственно влиять на совокупный спрос населения, они могут только содействовать экономическому развитию региона. Это наиболее приближенный к условиям рыночной конкуренции фактор
Человеческие ресурсы	Занятость в животноводстве, чел.	х4	CFMI ₃	Для производства необходима рабочая сила, причем анализ динамики занятости в мясопродуктовом подкомплексе свидетельствует о снижении ее конкурентоспособности под влиянием сокращения численности занятых. При оценке факторов конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса желательно учитывать и квалификацию рабочей силы, но отсутствует показатель, который позволял бы однозначно описать данную характеристику трудового потенциала мясопродуктового подкомплекса региона. Меры поддержки мясопродуктового подкомплекса региона, направленные одновременно на повышение эффективности использования рабочей силы за счет обучения и на увеличение численности	Региональные власти активно поддерживают обучение работников, это предусмотрено целевой программой «Развитие сельского хозяйства». Они способствуют повышению привлекательности сельской местности для проживания, что предусмотрено целевой программой «Развитие сельских территорий»

Продолжение приложения А

1	2	3	4	5	6
				работников за счет роста привлекательности условий проживания в сельской местности в этой ситуации представляются вполне обоснованными	
Человеческие ресурсы	Занятость в производстве, чел.	x ₅	CFMI ₄	Занятость в производстве мясной продукции может относиться как к сельскому труду, так и к крупным производственным комплексам, расположенным в Новосибирске. Численность занятых меньше, чем в производстве мяса, но этот показатель на первом этапе анализа оценивается отдельно	Поддержка со стороны региональных властей предусмотрена целевой программой «Развитие сельского хозяйства»
Стратегии компаний	Коэффициент автономии в животноводстве	x ₆	FM ₁₂	Коэффициент автономии связан с конкурентоспособностью мясопродуктового подкомплекса, поскольку повышение этого показателя зависит от объема получаемой прибыли, а прибыль связана с конкурентоспособностью. Одновременно коэффициент автономии зависит от стратегии предприятий мясопродуктового подкомплекса, поскольку развивать производство они могут преимущественно за счет собственных средств либо пользуясь долгосрочным кредитованием. Стратегии компаний в сфере производства мяса и его переработки имеют значимые различия, значение коэффициента корреляции составляет только 0,094. Это означает, что в сфере управления источниками финансирования предприятия мясопродуктового подкомплекса, относящиеся к различным уровням создания потребительской ценности, реализуют разные стратегии.	Региональные власти могут только предлагать кредитование на выгодных для производителей мясной продукции условиях, но решение о стратегии финансирования бизнеса принимают сами предприятия. Поэтому данные факторы от мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса не зависят

Продолжение приложения А

1	2	3	4	5	6
				С точки зрения конкурентных стратегий компаний мясопродуктового подкомплекса высокое значение коэффициента автономии обычно свидетельствует о наличии достаточных ресурсов для вертикальной интеграции бизнеса	
Стратегии компаний	Коэффициент автономии в производстве мясной продукции	x7	FMI ₃		
Вспомогательные отрасли	Доля торговых сетей в обороте торговли, %	x8	FMI ₄	Для доведения продукции до потребителей должны существовать институты, обеспечивающие обслуживание продаж, рекламе, а также другие аспекты взаимодействия с покупателями мясной продукции. Торговые сети в Новосибирской области обеспечивают все большую долю в товарообороте, но предпочитают работать с крупными производителями. Поэтому для мясопродуктового подкомплекса региона высокая доля торговых сетей является как возможностью, так и угрозой	Региональные власти не могут влиять на развитие торговых сетей, но могут участвовать в распределении продукции региональных производителей через торговые сети Новосибирской области. Доля торговых сетей от мер поддержки не зависит
Вспомогательные отрасли	Выручка логистической отрасли, млн руб.	x9	FMI ₅	Развитие логистики необходимо мясопродуктовому подкомплексу, поскольку требуется обеспечивать доставку продукции потребителям, причем далеко не у всех производителей имеется достаточное количество транспортных средств. Необходимо хранение готовой продукции до отгрузки в торговую сеть. Поэтому конкурентоспособность мясопродуктового подкомплекса зависит от	В Новосибирской области реализуется ряд мер поддержки логистики, но напрямую с развитием мясопродуктового подкомплекса не связаны. Фактор не контролируется на региональном уровне

Продолжение приложения А

1	2	3	4	5	6
				состояния логистики региона	
Стратегии компаний	Рентабельность животноводства, %	X ₁₀	FMI ₆	Более высокая рентабельность характеризует стратегии компаний как основанные на внутренних преимуществах. Анализ динамики рентабельности мясопродуктового подкомплекса в сравнении с показателем доли коммерческих расходов в затратах позволяет сделать вывод о постепенном переходе производителей мясопродуктового подкомплекса региона к стратегии внешних преимуществ. С точки зрения потребительского рынка подобный подход является более обоснованным, поскольку он означает стремление производителей к более высокому качеству продукции, но для достижения действительно высокой конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса с общественной точки зрения также должно выполняться требование к эффективному контролю затрат производителями. Обеспечивается это за счет капитальных вложений, в том числе, за счет использования возможностей ИТ-отрасли. Постепенная ориентация производителей на стратегию внешних конкурентных преимуществ с точки зрения конкурентоспособности отдельных предприятий также представляется вполне обоснованной, поскольку дифференциация спроса на новосибирском рынке позволяет снизить влияние прямой конкуренции со стороны производителей мясной продукции, главным	Региональные власти используют субсидии, оплачивая часть затрат производителей, но непосредственно на рентабельность в масштабах всего подкомплекса это не влияет. Влияние могли бы оказывать технологические факторы, меры поддержки модернизации мясопродуктового подкомплекса Целевой программой «Развитие сельских территорий», но прямая связь между рентабельностью и модернизацией также отсутствует. Поддержка модернизации производства может быть связана и с увеличением объема производства мяса при существующих технологиях,

Окончание приложения А

1	2	3	4	5	6
				преимуществом которых является низкая стоимость	а не со снижением затрат производителей
Стратегии компаний	Рентабельность производства мясной продукции, %	x ₁₁	FMI ₇		
Стратегии компаний	Доля коммерческих расходов в полной сумме затрат, %	x ₁₂	FMI ₈	Данный критерий соответствует стратегии внешних конкурентных преимуществ, поскольку для данной стратегии характерны высокие затраты, связанные с дифференциацией продукции, ее продвижением и доведением до конечного потребителя. Как правило, эти затраты относятся на коммерческие расходы	Данный фактор также не контролируется региональными властями
Стратегии компаний	NNI	x ₁₃	FMI ₉	Показатели концентрации рынка позволяют судить о стратегии вертикальной интеграции, а также стремлении крупнейших производителей в мясопродуктовом подкомплексе Новосибирской области к расширению бизнеса. Этот показатель отражает конкурентоспособность крупнейших новосибирских производителей, но высокая концентрация доли рынка может снижать конкурентоспособность небольших производителей мясной продукции	Региональные власти эти факторы не контролируют
Стратегии компаний	Совокупная доля рынка новосибирских производителей, %	x ₁₄	FMI ₁₀		

Составлено автором по [78-81, 94, 99, 102, 143, 148, 150]

Приложение Б

Количественная оценка параметров мер поддержки конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Новосибирской области за 2008-2019 гг., тыс. руб.

Параметр	Обозначение переменной для расчетов	Обозначение переменной для модели	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Субсидии свиноводство	X15	SE ₁	0	0	0	0	0	0	34333	10635	10227	0	0	0
Субсидии животноводство	X16	SE ₂	12800	14220	25610	45100	85200	10000	106033	73236	135154	98433	145490	636236
Субсидии племенной скот	X17	SE ₃	100	100	100	100	100	39800	56863	431471	660989	529045	665946	439441
Субсидии – малый бизнес	X18	SE ₄	18245	19267	22951	13334	39508	215800	65900	244416	180332	193792	254883	43909
Субсидии кредитование	X19	SE ₅	140218	145328	149563	155548	160658	304200	304200	1369054	837196	810176	391651	114663
Субсидии страхование	X20	SE ₆	2908	3206	8910	11600	11600	150000	150000	19028	607	606	649	0
Продвижение	X21	SE ₇	20800	20800	20800	20800	20800	60400	60400	68062	68064	47764	53177	0
Информационная поддержка	X22	SE ₈	1890	2610	4800	5600	6350	7100	7100	13966	55618	27998	0	0
Обучение	X23	SE ₉	0	0	0	0	0	9000	9100	6880	7338	8336	7557	2348
Дороги	X24	SE ₁₀	1000	0	0	2000	2500	15200	5800	30000	33058	21050	16086	0
Субсидии модернизация	X25	SE ₁₁	142548	36282	49245	64696	257020	93300	138210	94280	283896	912017	978971	1372499

Окончание приложения Б

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Ветеринарно-санитарные мероприятия	X ₂₆	SE ₁₂	0	0	0	0	0	0	0	13122	4883607	346351	419934	448565
Улучшение жилищных условий	X ₂₇	SE ₁₃	0	0	0	0	0	275000	246482	204821	347679	62111	80834	121006
Обустройство населенных пунктов	X ₂₈	SE ₁₄	0	0	0	0	0	100000	135938	496656	159716	754907	435668	528513
Государственная поддержка сельского хозяйства	X ₂₉	B	1181518	1402218	1518422	1760019	1185769	1330423	1320360	5205846	17756551	15865856	15286302	14196753

Составлено автором по [8-16, 213]

Исходные данные для построения модели конкурентоспособности мясопродуктового подкомплекса

Новосибирской области

Переменная	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.	2019 г.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
y ₁	8695	8792	10085	9442	9779	10412	10786	10259	10336	8752	8649	10129
y ₂	105,9	103,6	100,6	106,5	97,8	94,6	103,5	98,9	102,3	103,1	100,6	102,7
x ₁	890	887	897	925	911	856	796	796	796	796	804	804
x ₂	11287	15877	18433	17677	25291	35198	38935	37131	32559	29509	53623	64732
x ₃	271533	278437	311987	368293	398831	433531	461744	444353	449993	473397	501403	535148
x ₄	34994	33446	27427	26214	26094	23372	21223	19928	19080	23990	15934	13853
x ₅	7251	7085	6767	7283	7642	7525	7835	6816	6384	5468	7294	7368
x ₆	59,4	55,3	55,0	65,2	56,3	51,4	44,4	56,0	59,0	64,0	58,4	53,8
x ₇	15,5	17,8	19,4	35,0	38,1	21,7	27,3	27,6	40,9	18,8	25,6	28,1
x ₈	14,5	16,2	17,1	21,7	27,6	30,8	32,6	37,9	39,4	40,8	43,3	44,1
x ₉	114,9	108,2	121,6	140,9	148,4	182,3	206,6	249,9	294,3	218,9	279,8	291,0
x ₁₀	15,5	14,2	14,2	14,7	12,5	8,9	16,6	17,3	13,4	12,1	9,1	11,2
x ₁₁	1,9	2,6	7,5	5,4	3,7	4,2	3,4	4,0	3,7	3,5	4,2	4,1
x ₁₂	2,32%	1,84%	2,93%	2,71%	2,84%	3,07%	3,35%	3,68%	3,30%	2,96%	4,50%	4,53%
x ₁₃	324	415	279	325	435	478	630	798	670	931	1112	1119
x ₁₄	33,50%	38,32%	31,59%	34,80%	40,39%	42,60%	47,55%	48,90%	45,49%	54,20%	61,00%	61,96%
x ₁₅	0	0	0	0	0	0	34333	10635	10227	0	0	0
x ₁₆	12800	14220	25610	45100	85200	10000	106033	73236	135154	98433	145490	636236
x ₁₇	100	100	100	100	100	39800	56863	431471	660989	529045	665946	439441
x ₁₈	18245	19267	22951	13334	39508	215800	65900	244416	180332	193792	254883	43909
x ₁₉	140218	145328	149563	155548	160658	304200	304200	1369054	837196	810176	391651	114663
x ₂₀	2908	3206	8910	11600	11600	150000	150000	19028	607	606	649	0

Окончание приложения В

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
x ₂₁	20800	20800	20800	20800	20800	60400	60400	68062	68064	47764	53177	0
x ₂₂	1890	2610	4800	5600	6350	7100	7100	13966	55618	27998	0	0
x ₂₃	0	0	0	0	0	9000	9100	6880	7338	8336	7557	2348
x ₂₄	1000	0	0	2000	2500	15200	5800	30000	33058	21050	16086	0
x ₂₅	142548	36282	49245	64696	257020	93300	138210	94280	283896	912017	978971	1372499
x ₂₆	0	0	0	0	0	0	0	13122	4883607	346351	419934	448565
x ₂₇	0	0	0	0	0	275000	246482	204821	347679	62111	80834	121006
x ₂₈	0	0	0	0	0	100000	135938	496656	159716	754907	435668	528513
x ₂₉	1181518	1402218	1518422	1760019	1185769	1330423	1320360	5205846	17756551	15865856	15286302	14196753

Составлено автором по [8-16, 213]

Коэффициенты корреляции исходных переменных для построения модели конкурентоспособности
мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

	y ₁	y ₂	x ₁	x ₂	x ₃	x ₄	x ₅	x ₆	x ₇	x ₈	x ₉	x ₁₀	x ₁₁	x ₁₂	x ₁₃
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
y ₁	1,0000														
y ₂	-0,4121	1,0000													
x ₁	-0,2475	0,1105	1,0000												
x ₂	0,2961	-0,2780	-0,7190	1,0000											
x ₃	0,3336	-0,2832	-0,7787	0,9015	1,0000										
x ₄	-0,4313	0,2913	0,7332	-0,9231	-0,9439	1,0000									
x ₅	0,3032	-0,1601	0,3208	0,1509	-0,0693	-0,0017	1,0000								
x ₆	-0,6455	0,3743	0,2480	-0,3249	-0,1552	0,1887	-0,5875	1,0000							
x ₇	0,4410	-0,0864	-0,0613	0,2234	0,3900	-0,4636	0,1610	0,0938	1,0000						
x ₈	0,2229	-0,2699	-0,8532	0,8628	0,9673	-0,9159	-0,2382	-0,0435	0,3570	1,0000					
x ₉	0,2803	-0,1693	-0,8684	0,8520	0,8958	-0,9230	-0,2036	-0,0597	0,4095	0,9507	1,0000				
x ₁₀	0,1878	0,4671	0,0946	-0,4598	-0,4229	0,3686	-0,0119	-0,0873	0,0146	-0,3992	-0,2997	1,0000			
x ₁₁	0,3315	-0,2097	0,2243	0,0237	0,0283	-0,2185	-0,0628	0,0523	0,1333	-0,0584	-0,0498	-0,0942	1,0000		
x ₁₂	0,2891	-0,2534	-0,6715	0,9365	0,8646	-0,9417	0,0934	-0,1847	0,2877	0,8370	0,8579	-0,3766	0,2132	1,0000	
x ₁₃	-0,0545	-0,0879	-0,8252	0,8789	0,8626	-0,8157	-0,2325	-0,0040	0,0873	0,9154	0,8727	-0,3949	-0,1501	0,8316	1,0000
x ₁₄	0,0005	-0,1423	-0,8128	0,9117	0,8966	-0,8307	-0,1323	-0,0958	0,1158	0,9227	0,8603	-0,4449	-0,1803	0,8305	0,9882
x ₁₅	0,5860	0,1039	-0,4755	0,1780	0,2594	-0,2485	0,2379	-0,6410	0,2138	0,1970	0,2434	0,5212	-0,1570	0,1483	0,0704
x ₁₆	0,1973	0,0912	-0,4285	0,7851	0,6343	-0,6655	0,0880	-0,1368	0,2177	0,5886	0,6187	-0,2797	-0,0005	0,6949	0,6787
x ₁₇	-0,0804	-0,0448	-0,8033	0,6391	0,7166	-0,7282	-0,5211	0,2652	0,2492	0,8557	0,8981	-0,3090	-0,0826	0,6873	0,8475
x ₁₈	0,0566	-0,5224	-0,6837	0,4615	0,5968	-0,5581	-0,3476	0,0560	0,0573	0,7039	0,6619	-0,3709	-0,0607	0,5033	0,5883
x ₁₉	0,1743	-0,2162	-0,6356	0,1709	0,3737	-0,3600	-0,5642	0,1654	0,1718	0,5278	0,5369	0,2576	-0,0948	0,2543	0,3946
x ₂₀	0,5883	-0,3894	-0,1510	0,1290	0,1773	-0,0962	0,4712	-0,7313	-0,0772	0,0255	-0,0416	-0,0428	-0,0381	0,0103	-0,1509
x ₂₁	0,3203	-0,3735	-0,6120	0,1687	0,3773	-0,3443	-0,2180	-0,1892	0,1617	0,4509	0,4589	0,0344	-0,1183	0,2096	0,2319
x ₂₂	0,2139	0,0149	-0,4301	-0,0442	0,2333	-0,2145	-0,6459	0,2691	0,4421	0,3662	0,4396	0,0691	-0,0841	-0,0108	0,1249

Продолжение приложения Г

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	
x ₂₃	0,3195	-0,3628	-0,8207	0,5150	0,6922	-0,5909	-0,2138	-0,2881	0,0528	0,7154	0,6603	-0,2359	-0,1452	0,4720	0,5549	
x ₂₄	0,1896	-0,3136	-0,6730	0,2500	0,4731	-0,4608	-0,5319	0,1713	0,2916	0,6233	0,6557	-0,0427	-0,1059	0,3180	0,4238	
x ₂₅	-0,2335	0,0649	-0,5300	0,7647	0,7091	-0,6419	-0,2148	0,1536	0,0061	0,7216	0,6570	-0,5550	-0,0734	0,7095	0,8674	
x ₂₆	0,2257	0,0678	-0,3773	0,1142	0,2333	-0,3157	-0,3689	0,1696	0,5486	0,3501	0,5241	-0,0643	-0,0755	0,1457	0,1616	
x ₂₇	0,6853	-0,3654	-0,6815	0,4467	0,5481	-0,5660	-0,0096	-0,4380	0,3499	0,5613	0,6470	-0,0597	-0,1147	0,3908	0,3051	
x ₂₈	-0,1267	-0,0595	-0,7718	0,6414	0,7347	-0,6244	-0,5425	0,1873	-0,1004	0,8135	0,7091	-0,2381	-0,0960	0,6231	0,8838	
x ₂₉	-0,1478	0,0780	-0,7104	0,6005	0,6832	-0,6674	-0,5690	0,3351	0,2366	0,8012	0,8318	-0,4178	-0,0712	0,6116	0,8084	
	x ₁₄	x ₁₅	x ₁₆	x ₁₇	x ₁₈	x ₁₉	x ₂₀	x ₂₁	x ₂₂	x ₂₃	x ₂₄	x ₂₅	x ₂₆	x ₂₇	x ₂₈	x ₂₉
y ₁																
y ₂																
x ₁																
x ₂																
x ₃																
x ₄																
x ₅																
x ₆																
x ₇																
x ₈																
x ₉																
x ₁₀																
x ₁₁																
x ₁₂																
x ₁₃																
x ₁₄	1,0000															
x ₁₅	0,1163	1,0000														
x ₁₆	0,6884	-0,0303	1,0000													
x ₁₇	0,7888	0,0098	0,4320	1,0000												
x ₁₈	0,5709	0,0606	-0,0603	0,7159	1,0000											

Окончание приложения Г

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	1
x ₁₉	0,3270	0,2513	-0,1050	0,6232	0,7395	1,0000										
x ₂₀	-0,0383	0,5863	-0,1952	-0,3457	0,1464	-0,0886	1,0000									
x ₂₁	0,2369	0,5205	-0,3624	0,4410	0,8082	0,7285	0,4460	1,0000								
x ₂₂	0,0824	0,1951	-0,0762	0,5433	0,3949	0,6039	-0,1352	0,5467	1,0000							
x ₂₃	0,5861	0,4974	0,0154	0,5713	0,8249	0,5907	0,5309	0,8665	0,4254	1,0000						
x ₂₄	0,3786	0,2002	-0,1088	0,7325	0,8639	0,9045	0,0037	0,8455	0,7574	0,7328	1,0000					
x ₂₅	0,8580	-0,2303	0,8037	0,6649	0,2478	0,0006	-0,3196	-0,2007	-0,0271	0,2168	0,0593	1,0000				
x ₂₆	0,1275	0,1411	0,1284	0,5681	0,2715	0,3512	-0,2079	0,3818	0,8760	0,2765	0,5980	0,0690	1,0000			
x ₂₇	0,3417	0,5686	0,1310	0,4284	0,5842	0,5147	0,5415	0,7638	0,5781	0,7846	0,6937	-0,0215	0,5855	1,0000		
x ₂₈	0,8416	-0,0144	0,4935	0,7754	0,6113	0,5797	-0,1977	0,2581	0,2082	0,5496	0,5020	0,7568	0,0341	0,1991	1,0000	
x ₂₉	0,7579	-0,0978	0,5331	0,9471	0,5367	0,4159	-0,4046	0,2430	0,5622	0,4538	0,5719	0,7685	0,6125	0,3275	0,7327	1,0000

Составлено автором по [8-16, 213]

Показатели надежности моделей, описывающих конкурентоспособность мясopодуктового подкомплекса

Новосибирской области

Переменная	Модель №1		Модель №2		Модель №3		Модель №4		Модель №5		Модель №6		Модель №7		Модель №8	
	x _i	t	x _i	t	x _i	t	x _i	t	x _i	t	x _i	t	x _i	t	x _i	t
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
x ₁	x ₁	-3,19	x ₁	-3,01	x ₁	-3,82	x ₁	-3,82	x ₁	0,78	x ₁	-1,38	x ₁	-0,14	x ₁	-4,11
x ₂																
x ₃	x ₃	1,15	x ₃	0,94	x ₃	1,90	x ₃	2,01	x ₃	-1,32	x ₃	0,78	x ₃	0,24	x ₃	-8,98
x ₄	x ₄	-3,45	x ₄	-1,28	x ₄	-1,85	x ₄	-1,73	x ₄	-3,61	x ₄	-1,39	x ₄	-0,88	x ₄	-25,98
x ₅	x ₅	2,56														
x ₆																
x ₇																
x ₈	x ₈	-2,41	x ₈	-0,36												
x ₉	x ₉	-2,85	x ₉	-0,53	x ₉	-0,90										
x ₁₀																
x ₁₁																
x ₁₂																
x ₁₃																
x ₁₄																
x ₁₅	+	1,29	+	-2,73	+	-4,67	+	-4,88	+	0,97	+	-2,27	+	-0,46	+	5,31
x ₁₆	+		+		+		+		+		+		+		+	
x ₁₇	+		+		+		+		+		+		+		+	
x ₁₈	+		+		+		+		+		+		+		+	
x ₁₉	+		+		+		+		+		+		+		+	
x ₂₀	+		+		+		+		+		+		+		+	

Окончание приложения Д

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
x ₂₁			x ₂₁	-2,72	x ₂₁	-3,35	x ₂₁	-3,34	x ₂₁	0,59	x ₂₁	-1,75	x ₂₁	-0,01	x ₂₁	- 15,80
x ₂₂	+	-2,12	x ₂₂	-1,21	x ₂₂	-1,49	x ₂₂	-1,65	x ₂₂	1,92	x ₂₂	-0,92	x ₂₂	-0,02	x ₂₂	12,61
x ₂₃	+												x ₂₃	-0,32	x ₂₃	13,06
x ₂₄	x ₂₄	2,20	x ₂₄	2,79	x ₂₄	3,29	x ₂₄	3,29	x ₂₄	-1,06	x ₂₄	1,51	x ₂₄	0,07	x ₂₄	2,07
x ₂₅	x ₂₅	1,57														
x ₂₆																
x ₂₇									x ₂₇	1,49	x ₂₇	0,21	x ₂₇	0,33	x ₂₇	- 11,11
x ₂₈									x ₂₈	-0,29	x ₂₈	0,53	x ₂₈	0,41		
x ₂₉									x ₂₉	-2,55					x ₂₉	- 16,98
R		1,00		0,97		0,97		0,96		1,00		0,96		0,97		1,00

Составлено автором по [8-16, 213]

x_i – использование переменной в модели. Если она указана, то используется для данной модели;

t – значение t-критерия для переменной;

R – коэффициент детерминированности для модели;

(+) – использование агрегированного показателя в модели.

Проверка нормальности распределения в модели конкурентоспособности
мясопродуктового подкомплекса Новосибирской области

Расчетное значение RS-критерия равно:

$$RS = \frac{\varepsilon_{\max} - \varepsilon_{\min}}{\sigma^2}$$

где $\varepsilon_{\max}$ – максимальное значение остатков;

$\varepsilon_{\min}$ – минимальный уровень ряда остатков;

σ^2 – среднеквадратическое отклонение

$$\varepsilon_{\max} = 22,29$$

$$\varepsilon_{\min} = -22,57$$

Расчет:

y	y(x)	$E_i = y - y(x)$	e^2
8694,81	8672,52	22,29	496,91
8791,85	8814,42	-22,57	509,33
10085,24	10088,86	-3,62	13,11
9441,94	9428,71	13,23	174,98
9778,95	9789,87	-10,92	119,27
10412,42	10414,47	-2,05	4,22
10786,22	10782,71	3,51	12,30
10259,19	10258,77	0,42	0,17
10335,92	10334,01	1,91	3,63
8752,46	8755,78	-3,32	11,03
8649,35	8650,36	-1,01	1,03
10128,86	10126,70	2,16	4,68
			1350,66

Составлено автором по [8-16, 213]

Несмещенная оценка среднеквадратического отклонения:

$$S_e = \sqrt{\frac{\sum \varepsilon^2}{n-1}} = \sqrt{\frac{1350,66}{12-1}} = 12,54$$

$$RS = \frac{22,29 - (-22,57)}{12,54} = 3,58$$

Расчетное значение RS-критерия попадает в интервал (2,7-3,7), следовательно, выполняется свойство нормального распределения. Модель адекватна по нормальности распределения остаточной компоненты.

Исходные данные для оценки эффективности рекомендаций

Мероприятия	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
1.1.1.1.1. Стимулирование по отдельным направлениям сельхозтоваропроизводителей в повышении эффективности сельскохозяйственного производства	1405209	1386347,2	1404623	1413881	1411901	141191 5
1.1.1.1.3. Содействие кадровому обеспечению сельскохозяйственного производства	7135	7135	7135	7135	7135	7135
1.1.1.1.6. Государственная поддержка сельскохоззяйственных товаропроизводителей на оказание содействия достигнению целевых показателей развития агропромышленного комплекса	140041,3	140041,3	134018	134018	134018	134018
1.1.1.1.7. Государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей на привлечение инвестиционных кредитов в агропромышленном комплексе	25225,82	39892,2	39892,2	39892,2	39892,2	39892,2
1.1.1.1.8. Государственная поддержка, направленная на создание и модернизацию объектов агропромышленного комплекса	15670,4	15670,4	15670,4	15670,4	15670,4	15670,4
1.1.1.1.10. Региональный проект «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации»	1756,4	1894,8	1738	2480,1	4460	4446,2
Затраты на поддержку мясопродуктового подкомплекса	1595038	1590981	1603077	1613077	1613077	161307 7

Составлено автором по [8-16, 213]

Предлагаемый вариант расходов на поддержку мясопродуктового подкомплекса

Мероприятия	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	2024 г.
1.1.1.1.1.1. Стимулирование по отдельным направлениям сельхозтоваропроизводителей в повышении эффективности сельскохозяйственного производства	1405209	1166324	1139934	1145389	1141931	113746 0
1.1.1.1.1.3. Содействие кадровому обеспечению сельскохозяйственного производства	7135	7557	7557	7557	7557	7557
1.1.1.1.1.6. Государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей на оказание содействия достижению целевых показателей развития агропромышленного комплекса	140041,3	140041,3	134018	134018	134018	134018
1.1.1.1.1.7. Государственная поддержка сельскохозяйственных товаропроизводителей на привлечение инвестиционных кредитов в агропромышленном комплексе	25225,82	39892,2	39892,2	39892,2	39892,2	39892,2
1.1.1.1.1.8. Государственная поддержка, направленная на создание и модернизацию объектов агропромышленного комплекса	15670,4	223622	265480	266869	266572	266574
Субсидии на поддержку кооперации и аренду торговых помещений		210303	213044	214433	214136	214138
1.1.1.1.1.10. Региональный проект «Создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации»	1756,4	13966	16618	19774	23530	27998
Затраты на поддержку мясопродуктового подкомплекса	1595038	1591402	1603499	1613499	1613499	161349 9

Составлено автором по [8-16, 213]