

УДК 332.145

DOI 10.26118/2782-4586.2025.50.69.063

Шмойлов Дмитрий Сергеевич

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Условия и факторы конкурентных преимуществ в молочной промышленности

Аннотация. В данной статье рассмотрены сущность конкуренции, а также ее функции. Проанализированы условия и факторы конкурентных преимуществ российских предприятий в целом и конкретно молочной промышленности. К числу особенностей современных молочных предприятия относят: зависимость от управленческих способностей, знания и умения руководителя, значительное влияние инноваций, зависимость от природно-климатического фактора. Анализ конкурентных преимуществ молочных предприятий должен проводиться на основе показателей хозяйствующих субъектов изучаемой отрасли и региона. В данной статье так же проанализированы основные конкурентные преимущества в молочной промышленности и методы их достижения. Рассмотрены такие аспекты как: инновации в производственных процессах, повышение качества продукции, оптимальное использование ресурсов и другие факторы успешного функционирования предприятий этой отрасли.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, предприятие, функции конкуренции, продукция, рынок, фактор, конкурентные позиции.

Shmoilov Dmitrii Sergeevich

Moscow Financial and Industrial University «Synergy»

Conditions and factors of competitive advantages in the dairy industry

Abstract. In this article, we have considered the essence of competition, as well as its functions. The conditions and factors of competitive advantages of Russian enterprises in general and specifically the dairy industry are analyzed. Among the features of modern dairy enterprises are: dependence on managerial abilities, knowledge and skills of the head, significant influence of innovations, dependence on the natural and climatic factor. The analysis of the competitive advantages of dairy enterprises should be based on the indicators of the economic entities of the studied industry and region.

In this article, we will also look at the main competitive advantages in the dairy industry and how to achieve them. Such aspects as: innovations in production processes, product quality improvement, optimal use of resources and other factors of successful operation of enterprises in this industry will be considered.

Keywords: competition, competitiveness, enterprise, functions of competition, products, market, factor, competitive positions.

Современные условия хозяйствования ставят перед отечественными предприятиями проблему формирования и обеспечения надлежащего уровня конкурентных преимуществ, что свидетельствует о необходимости формирования конкурентных преимуществ именно инновационного развития, независимо от вида или направления деятельности предприятий. Предприятия должны учитывать сложные условия экономических и социальных преобразований, темпы процессов цифровизации, адаптации к внешнему воздействию и соответственно направлять стратегии на инновационное развитие, которое должно иметь опережающий характер. «Стратегия управления экономической безопасностью предприятия – это долгосрочный план скоординированных действий управляющей системы экономической безопасности предприятия, создающая благоприятные и безопасные условия для управляемости системы» [1].

Цифровизация, трансформация, глобальные тренды, усиление мировых интеграционных процессов вызывают изменения в конкурентной среде, трансформируя подходы к формированию детерминант инновационного развития предприятий, и вызывают необходимость применения стратегических подходов. Именно стратегические факторы формирования конкурентных преимуществ инновационного развития позволят предприятиям адекватно реагировать на изменения, вызовы цифровой экономики и применять опережающее развитие научно-технического прогресса и инноваций. Целью статьи является определение и исследование базиса стратегических факторов формирования конкурентных преимуществ инновационного развития предприятия.

Молочная промышленность занимает важное место в пищевой промышленности, обеспечивая потребителей качественными и полезными молочными продуктами. Чтобы успешно работать на этом рынке, компании должны стремиться создать конкурентные преимущества, которые помогут им выделиться среди остальной отрасли [2].

Молочная промышленность является одной из ключевых отраслей сельского хозяйства, обеспечивая людей молочной продукцией высокого качества. Сегодня в условиях жесткой конкуренции и динамично меняющегося рынка особенно важно понимание конкурентных преимуществ, способствующих успешному развитию предприятий.

Одним из главных факторов успешности компаний в молочной промышленности является эффективное использование конкурентных преимуществ. В данной статье мы рассмотрим основные аспекты формирования и развития конкурентных преимуществ в этой отрасли, а также рассмотрим стратегии, которые помогут предприятиям укрепить свое положение на рынке и обеспечить стабильный рост производства.

Глобализация требует от компаний разработки различных стратегий в зависимости от географического расположения рынков. Трансформация экономической системы в России привела к нарушению сложившихся хозяйственных связей и увеличению конкуренции на рынках разнообразных

товаров. Это привело к снижению спроса на продукцию местных производителей, работающих в условиях неконкурентной среды. Особенно пострадал рынок продуктов питания, где отечественные товары не смогли конкурировать с известными зарубежными брендами [3].

В настоящее время конкуренция ведется не между отдельными предприятиями как автономными единицами, а между цепочками поставок (SC). Следовательно, организации вынуждены постоянно искать новые способы обеспечения конкурентных преимуществ (CA), чтобы выжить на глобализированных и высококонкурентных рынках. Конкурентное преимущество представляет собой набор возможностей, которые позволяют организации выделяться на фоне конкурентов. Эти возможности проявляются в затратах, ценах, операционной эффективности, ассортименте продукции и других сопутствующих факторах, а также в ценах, которые фермеры платят за свою сельскохозяйственную продукцию.

В литературе по стратегическому менеджменту выделяются две взаимодополняющие модели конкурентного преимущества: промышленная организация (I/O) и подход, основанный на ресурсах (RBV). Подходы к I/O фокусируются на внешних факторах, таких как конкурентоспособность, для определения эффективности и потенциальной прибыли.

Таким образом, конечный успех бизнеса зависит от способности руководства внедрять эффективные методы SCM. Соответственно, коммерческие организации должны стремиться понять относительную степень взаимосвязи между их внутренними организационными ресурсами и конкурентными преимуществами. Понимание источников конкурентного преимущества поможет коммерческим организациям разрабатывать эффективные стратегии, основанные на оптимальном сочетании ресурсов.

Достижение конкурентных преимуществ, таких как уникальные характеристики товара или марки, специфические методы бизнес-организации и другие отличительные особенности, является основой стратегии конкуренции предприятия. Эти преимущества могут быть вызваны различными факторами, как внешними (например, качество товара, дизайн и т.д.), так и внутренними (например, снижение издержек производства и управления). Предприятию обеспечивается определенное превосходство над конкурентами благодаря этим конкурентным преимуществам [4].

Молочная промышленность является одной из основных отраслей пищевой промышленности и обеспечивает людей во всем мире высококачественными и полезными молочными продуктами. В современных рыночных условиях конкуренция в этой отрасли становится все более жесткой, и поэтому предприятиям для успешного развития необходимо обладать конкурентными преимуществами.

Исследование М. Портера раскрывает теорию конкурентного преимущества, которая предполагает оценку конкурентоспособности предприятия в рамках одной отрасли. Экономические характеристики предприятия, включая характеристики товара и общие условия производства и сбыта продукции, определяют его позицию на рынке.

На сегодняшний день хозяйственная деятельность базируется на рыночных взаимоотношениях. Основным определением, выражающим суть рыночных отношений, считается конкурентная борьба [5]. Изучением проблемы конкурентной борьбы, а также конкурентоспособности до 90-х лет XX век не занимались из-за отсутствия потребности, а в настоящее время, в обстоятельствах функционирующей финансовой концепции, а также жесткой конкурентной борьбы, данная проблема становится весьма важной. Немаловажно установить суть конкурентоспособности предприятия, что считается фундаментом как для экономики государства в целом, так и для отдельных производителей, так как именно она считается залогом получения большой и устойчивой прибыли, а кроме того обеспечение жизнедеятельности компании, финансовой защищенности, а также устойчивого долговременного формирования. Понимая и применяя это, российские товаропроизводители устанавливают перед собою следующую цель: удовлетворенность нужд, имеющихся на рынке, приобретение максимальной прибыли, а также повышения размеров сбыта, увеличение доли внутреннего, а также внешнего рынка, предоставление требуемого уровня качества, а также цены производящей продукции.

Молочная промышленность-важный сектор пищевой промышленности, где конкуренция с каждым годом возрастает. Для достижения конкурентных преимуществ необходимо учитывать несколько основных условий и факторов:

1. Решающую роль играет качество сырья и продукции. Высокое качество молока и молочных продуктов-главный фактор привлечения потребителей. Необходимо строго контролировать качество сырья, производственный процесс и хранение продукции.

2. Инновации в технологиях производства и разработка новых продуктов. Молочные компании должны постоянно совершенствовать свои процессы, внедрять новые технологии и анализировать рыночные тенденции для создания уникальных продуктов.

Рассмотрим факторы некоторые определяют конкурентное преимущество компании, это:

1. Инновации, то есть инвестиции которые положены в научные разработки или креативны подход рабочей команды компании.

2. Условия сделок, к ним можно отнести скидки, подарки, способы оплаты, гарантия.

3. Сервис – это упаковка, доставка, удобство и квалификация персонала.

4. Улучшение бизнес-процессов – сокращение издержек, налоговая оптимизация и прочее

5. Позиционирование: маркетинг, надёжность, престиж, дизайн, PR.

К конкурентоспособным преимуществам принадлежит кроме того невысокая цена продукта, высокая скорость изготовления, возможность продукта приспособиться под потребности потребителя, а также прочие

условия. Для того чтобы гарантировать устойчивый рост, а также формирование бизнеса, фирмы стараются выработать стойкое преимущество.

Важным условием конкурентных преимуществ является эффективный сбыт и распространение продукции. Компании должны уделять особое внимание продвижению своих товаров, каналам сбыта и взаимодействию с потребителями.

Все эти условия и факторы взаимосвязаны и необходимы для успешной конкуренции на молочном рынке. Регулярный анализ конкурентной среды, принятие операционных решений и устойчивое развитие позволят компаниям занять стабильную позицию на рынке и обеспечить себе конкурентные преимущества.

Процесс формирования стратегии является разновидностью подготовки и принятия управленческого решения.

Существует множество вариантов стратегических направлений, реализуемых организацией в зависимости от условий, в которых она работает. Еще одной, наиболее известной моделью стратегического выбора является модель, сформированная профессором в области управления торгово-промышленной деятельностью в Гарвардской школе бизнеса, одним из авторов концепции конкурентной стратегии Майклом Э. Портером.

Портером. М. Портер выделил три варианта успешной базовой стратегии: абсолютное лидерство в издержках, дифференциация и фокусирование. Рассмотрим особенности каждого стратегического направления.

«Лидерство по затратам (издержкам)» предполагает организацию жесткого контроля над затратами, минимизацию расходов на рекламу, исследования и разработки. Такая стратегия больше подходит для купного бизнеса. Это связано с эффектом масштаба, который позволяет крупным предприятиям, снижая издержки, увеличивать объемы выпускаемой продукции и соответственно увеличивать доход.

Низкая себестоимость производимой продукции может позволить фирме: во-первых, проводить ценовую конкуренцию; во-вторых, аккумулировать прибыль, которую в свою очередь можно инвестировать в производство для улучшения качества продукции. При этом цена на продукт будет в пределах средней по отрасли.

Стратегия индивидуализации (дифференциации) подразумевает создание уникального продукта. «Фокусирование» может применяться как фирмой-лидером по издержкам, так и фирмой-дифференциатором.

Для предприятий малого бизнеса наиболее подходящим является «фокусирование», которое может реализовываться совместно со стратегией индивидуализации. Выбор стратегии обусловлен отставанием в данных позициях крупных предприятий, так как, контроль качества продукции и обслуживания во всех регионах – трудоемкий процесс, требующий больших затрат и высококвалифицированного персонала. Заключение

Существует множество классификаций видов стратегий, применяемых на практике. Наиболее широкое распространение получила классификация М.

Портера, в которой выделены три базовые стратегии: лидерство по затратам, стратегия дифференциации и стратегия фокусирования. Правильно выбранная стратегия позволяет организации оставаться конкурентоспособной на рынке товаров и услуг

Стойкое конкурентное преимущество — это преимущество, которое не обесценивается в протяжении продолжительного периода времени, к примеру, нескольких года и более. Оно дает компании долговременную выгоду, усиливает позиции на рынке а также повышает прибыль. Стойкое конкурентоспособное преимущество нередко предполагает собою комплекс ценностей, которые трудно скопировать а также повторить. Этим оно а также отличается от значительных сторон компании.

Еще одним конкурентным преимуществом молочной промышленности является инновационный подход к производству. С развитием технологий появляются новые возможности для совершенствования производственных процессов и создания новой продукции.

В заключении хотелось бы выделить конкурентные преимущества в молочной промышленности.

Конкурентные преимущества играют ключевую роль в развитии молочной промышленности. Одним из основных преимуществ является доступ к качественным сырьевым ресурсам. Предприятия, контролирующие процесс производства молочной продукции от фермы до полки магазина, имеют больше возможностей для контроля качества и стабильности поставок. Также важным конкурентным преимуществом является использование инновационных технологий в производстве. Компании, которые внедряют новейшие методы обработки и упаковки продукции, могут повысить эффективность производства и удовлетворить требования современного потребителя. Другим важным конкурентным преимуществом является наличие сильного бренда. За счет знания и узнаваемости бренда компания может привлекать больше потребителей и удерживать лояльность клиентов. Также значимым фактором является разнообразие продуктов. Предприятия, предлагающие не только традиционные молочные продукты, но и инновационные решения, могут привлечь широкий круг потребителей. Наконец, важным конкурентным преимуществом является эффективная логистика и обслуживание клиентов. Компании, которые быстро и качественно доставляют свою продукцию, могут удовлетворить потребности розничных и оптовых клиентов, что способствует увеличению объемов продаж. Все перечисленные конкурентные преимущества в совокупности позволяют молочным предприятиям укрепить свои позиции на рынке и успешно конкурировать с другими участниками отрасли.

Список источников

1. Вартанова М.А., Валькович О.Н. Организация и совершенствование брендинговой стратегии организации // Экономика устойчивого развития. 2018. - № 3 (35). - С. 216-221.

2. Портер М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2020. – 232 с.
3. Nesterenko S. Main directions of educational work, means and forms of their implementation / S. Nesterenko, N. Boltianska // Technicotechnological support of innovations in the agro-industrial complex: materials of the II International Scientific and Practical Conference – Melitopol: Moscow State University, 2023. – pp. 463-466.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. М.: Экономика, 2020. - 121 с.
5. Boltianska N. Research of the system of factors in the development of the concept of energy saving of the agro-industrial complex / N. Boltianska, N. Serebryakova // Technical and technological support of innovations in the agro-industrial complex: mater. I International Scientific and Practical Conference – Melitopol: Moscow State University, 2022. – pp. 365-367.
6. Кондратьева О.В. Повышение экономической эффективности предприятий молочной промышленности на основе глубокой переработки отходов производства//Актуальные вопросы современной экономики. 2021.- №9. С.209-215

Сведения об авторе

Шмойлов Дмитрий Сергеевич, аспирант, Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

Information about the author

Shmoilov Dmitrii Sergeevich, postgraduate student, Moscow Financial and Industrial University "Synergy"