

Анатолий САЙГАНОВ

заместитель директора по научной и инновационной работе
Института системных исследований в АПК НАН Беларуси,
доктор экономических наук, профессор

Иван ШАФРАНСКИЙ

аспирант Белорусской государственной
сельскохозяйственной академии,
магистр экономических наук

УДК 339.137.2:637.5

Методика оценки конкурентоспособности мясной продукции на перерабатывающих предприятиях АПК

Введение

В условиях рыночной экономики функционирование любых хозяйствующих субъектов, как правило, происходит в конкурентной борьбе, заключающейся в росте конкурентоспособности выпускаемой ими продукции, что вызывает объективную необходимость регулярного проведения ее оценки и разработки на этой основе конкретных мероприятий по повышению эффективности функционирования того или иного производства.

Изучение литературных источников показывает, что ныне существуют разнообразные методики по оценке как конкурентоспособности вообще, так и реальной конкурентоспособности продукции в частности. Так, например, проблема конкурентоспособности в целом исследовалась в трудах известных зарубежных ученых – И. Ансоффа, Ф. Котлера, М. Портера и др.

Теоретические и практические подходы, касающиеся оценки реальной конкурентоспособности продукции в конкретных отраслях и сферах производства, рассмотрены в работах таких отечественных и российских авторов, как В. Быков, А. Головачев, И. Лифиц, А. Сайганов, Н. Тригуб, Р. Фатхутдинов, Т. Философова, И. Чепурной, и др. [1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8]. В то же время предлагаемая методика, в отличие от существующих, должна быть более достоверной, объективной, базироваться на статистических показателях и быть простой и понятной в расчетах.

Основная часть

Оценка конкурентоспособности продукции товарных групп нескольких мясоперерабатывающих предприятий

Необходимо отметить, что особенность разработанной нами методики оценки конкурентоспособности продукции заключается в принципиальном разделении целей проводимых исследований, основанном на фундаментальных понятиях трактовки конкурентоспособности продукции. Это позволило сформировать 3 подхода к оценке конкурентоспособности продукции, в основе которых находятся:

- характеристика продукции;
- рыночная конкурентоспособность продукции;
- удовлетворение потребностей.

В этой связи для расчета коэффициента конкурентоспособности в рамках каждого подхода использовались следующие выработанные критерии (см. табл. 1).

При переходе к конкретным расчетам за базу сравнения нами взяты средние значения аналогичных критериев мясоперерабатывающих предприятий АПК. Так, коэффициент конкурентоспособности в рамках каждого подхода рассчитывался как среднее арифметическое значение анализируемых критериев.

Таблица 1. Критерии оценки конкурентоспособности продукции

Подходы к оценке конкурентоспособности продукции товарной группы		
Характеристика продукции товарной группы	Рыночная конкурентоспособность продукции товарной группы	Удовлетворение потребности
Критерии		
Коэффициент относительного уровня себестоимости 1 т продукции товарной группы	Относительная доля в объеме производства	Коэффициент относительной рентабельности реализованной продукции товарной группы
	Относительная доля в выручке от реализации	
Коэффициент относительного уровня средней цены продукции товарной группы	Относительная доля экспорта в выручке от реализации	Коэффициент относительной рентабельности продаж продукции товарной группы
	Относительная доля в прибыли от реализации	

В то же время определение комплексного коэффициента конкурентоспособности предлагается производить по формуле:

$$K_{ij} = \frac{K_{1ij} + K_{2ij} + K_{3ij}}{3}, \quad (1)$$

где K_{ij} – комплексный коэффициент конкурентоспособности продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j ; K_{1ij} , K_{2ij} , K_{3ij} – соответственно коэффициенты конкурентоспособности продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j в рамках подхода «характеристика продукции», «рыночная конкурентоспособность продукции» и «удовлетворение потребностей».

Для оценки количественного влияния отобранных критериев на формирование комплексного коэффициента конкурентоспособности продукции товарной группы были построены эконометрические модели. Проверка адекватности данных моделей свидетельствует о наличии мультиколлинеарных факторов, то есть имеющих более тесную взаимосвязь факторных показателей по сравнению с взаимосвязью факторного и результативного показателей. Для проверки критериев на мультиколлинеарность, применяемых при расчете коэффициентов конкурентоспособности продукции по предлагаемой нами методике, были построены матрицы коэффициентов парной корреляции по продукции каждой товарной группы. Анализ коэффициентов парной корреляции позволил определить и исключить мультиколлинеарные факторы. Выявлено, что исключенные из расчета критерии проявляют свое влияние через относительные доли объема экспорта и продаж продукции, относительный коэффициент рентабельности (убыточности) реализованной продукции товарной группы.

Значения характеристик эконометрических моделей подтверждают их достоверность и возможность применения в дальнейших расчетах. При этом комбинируя критерии различным образом, можно управлять процессом формирования коэффициента конкурентоспособности продукции товарных групп.

Следовательно, в качестве показателя эффективности продукции может выступать относительный коэффициент рентабельности (убыточности) реализованной продукции товарной группы, определяемый по следующей формуле:

$$P_{ij} = \frac{\frac{\sum_{j=1}^n \Pi_{ij}}{n}}{\frac{\sum_{j=1}^n C_{ij}}{n}}, \quad (2)$$

где P_{ij} – относительный коэффициент рентабельности (убыточности) реализованной продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j ; C_{ij} – себестоимость реализованной

ванной продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j , тыс. ВУН; $P_{.ij}$ – прибыль от реализации продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j , тыс. ВУН; n – количество мясоперерабатывающих предприятий.

Для оценки конкурентоспособности продукции с точки зрения рыночного потенциала можно использовать показатель относительной доли продаж, который с позиции производителя ассоциируется с предложением на целевом рынке, с позиции потребителя – со спросом и рассчитывается по формуле:

$$D_{п.ij} = \frac{\frac{V_{ij}}{\sum_{i=1}^m V_{ij}}}{\frac{\sum_{j=1}^n V_{ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n V_{ij}}}, \quad (3)$$

где $D_{п.ij}$ – относительная доля продаж продукции товарной группы вида i в общем объеме реализации продукции мясоперерабатывающего предприятия вида j ; V_{ij} – объем реализации продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j , тыс. ВУН; n – количество мясоперерабатывающих предприятий; m – количество товарных групп продукции.

Общеизвестно, что продукция, востребованная на внешнем рынке, считается конкурентоспособной, поэтому для целей анализа конкурентоспособности продукции можно применять такой показатель, как относительная доля экспорта продукции, определяемый по формуле:

$$D_{э.ij} = \frac{\frac{V_{э.ij}}{\sum_{i=1}^m V_{э.ij}}}{\frac{\sum_{j=1}^n V_{э.ij}}{\sum_{i=1}^m \sum_{j=1}^n V_{э.ij}}}, \quad (4)$$

где $D_{э.ij}$ – относительная доля объема экспорта продукции товарной группы вида i в общем объеме экспорта продукции мясоперерабатывающего предприятия вида j ; $V_{э.ij}$ – объем экспорта продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j , тыс. ВУН.

С учетом изложенного коэффициент конкурентоспособности продукции товарной группы предлагается рассчитывать по формуле:

$$K_{ij} = a_1 \cdot D_{п.ij} + a_2 \cdot P_{.ij} + a_3 \cdot D_{э.ij}, \quad (5)$$

где K_{ij} – коэффициент конкурентоспособности продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j ; $D_{п.ij}$ – относительная доля продаж продукции товарной группы вида i в общем объеме реализации продукции мясоперерабатывающего предприятия вида j ; $P_{.ij}$ – относительный уровень рентабельности (убыточности) реализованной продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия вида j ; $D_{э.ij}$ – относительная доля объема экспорта продукции товарной группы вида i в общем объеме экспорта продукции мясоперерабатывающего предприятия вида j ; a_1, a_2, a_3 – коэффициенты весомости соответствующих критериев.

Нами установлены и предложены следующие значения коэффициентов весомости – $a_1 = 0,2$, $a_2 = 0,7$, $a_3 = 0,1$. С точки зрения производителя, наиболее значимым критерием является относительная рентабельность (убыточность) реализованной продукции конкретной товарной группы, которая в большей мере отражает ее конкурентоспособность по сравнению с другими мясоперерабатывающими предприятиями АПК.

Апробация предлагаемой методики произведена на мясоперерабатывающих предприятиях республики в 2016 г. Для снижения колеблемости показателей в выборочную совокупность были отобраны мясоперерабатывающие предприятия со среднесписочной численностью работающих более 500 чел. Расчеты позволили выделить конкурентоспособную и неконкурентоспособную продукцию: при $K_{ij} \geq 1$ продукция товарной группы считается конкурентоспособной, при $K_{ij} < 1$ – неконкурентоспособной.

Установлено, что наибольшей конкурентоспособностью обладает продукция следующих мясоперерабатывающих предприятий: ОАО «Пинский мясокомбинат» – мясо и субпродукты 1-й категории, ОАО «Слущкий мясокомбинат» – колбасные изделия, ОАО «Витебский мясокомбинат» – мясные полуфабрикаты и ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» – мясные консервы.

Общий коэффициент конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающих предприятий определялся как среднее значение из произведения коэффициентов конкурентоспособности выпускаемой продукции товарных групп на долю выручки от реализации соответствующей продукции товарной группы.

Таким образом, реализация мясоперерабатывающими предприятиями предлагаемой методики позволяет оперативно осуществлять мониторинг конкурентоспособности своей продукции и корректировать ассортиментную политику.

Оценка конкурентоспособности между товарными группами одного мясоперерабатывающего предприятия

Предлагаемая методика может быть применена также и для оценки конкурентоспособности товарных групп одного предприятия. В этой связи адаптированный расчет коэффициента конкурентоспособности продукции по товарным группам следует производить по формуле:

$$K_i = a_1 \cdot D_{п.i} + a_2 \cdot P_i + a_3 \cdot D_{э.i} \quad (6)$$

где K_i – коэффициент конкурентоспособности продукции товарной группы вида i ; $D_{п.i}$ – доля продаж продукции товарной группы вида i в общем объеме реализации продукции мясоперерабатывающего предприятия; P_i – коэффициент рентабельности реализованной продукции товарной группы вида i ; $D_{э.i}$ – доля объема экспорта продукции товарной группы вида i в общем объеме экспорта продукции мясоперерабатывающего предприятия; a_1, a_2, a_3 – коэффициенты весомости соответствующих критериев [9, с. 202–203].

Что касается значений коэффициентов весомости для критериев оценки конкурентоспособности продукции товарных групп, то они могут быть оставлены на прежнем уровне, то есть $a_1 = 0,2$, $a_2 = 0,7$, $a_3 = 0,1$.

Тогда доля продаж изделий конкретной товарной группы в общем объеме реализации продукции мясоперерабатывающего предприятия будет определяться следующим образом:

$$D_{п.i} = \frac{V_i}{\sum_{i=1}^m V_i}, \quad (7)$$

где V_i – объем реализации продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия, тыс. BYN.

Коэффициент рентабельности реализованной продукции товарной группы рассчитывается по следующей формуле:

$$P_i = \frac{\Pi_i}{C_i}, \quad (8)$$

где C_i – себестоимость реализованной продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия, тыс. BYN; Π_i – прибыль от реализации продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия, тыс. BYN.

Долю объема экспорта продукции товарной группы в общем объеме экспорта продукции мясоперерабатывающего предприятия можно определить следующим образом:

$$D_{э.і} = \frac{V_{э.і}}{\sum_{і=1}^m V_{э.і}}, \quad (9)$$

где $V_{э.і}$ – объем экспорта продукции товарной группы вида i мясоперерабатывающего предприятия, тыс. ВУН.

Используя предлагаемую методику, можно выделить конкурентоспособную и неконкурентоспособную продукцию товарных групп, подвести итоги работы и обосновать резервы роста конечных результатов хозяйствования мясоперерабатывающего предприятия. При $K_i \geq 0$ продукция товарной группы считается конкурентоспособной, при $K_i < 0$ – неконкурентоспособной.

Апробация предлагаемой методики на ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» показала, что в 2016 г. конкурентоспособными были 11 товарных групп из 24-х, или 45,8%. В целом устойчивое положение за 2014–2016 гг. по конкурентоспособности занимали такие продукты, как говядина, натуральные и крупнокусковые полуфабрикаты из говядины, мясные консервы и детское мясное питание.

Необходимо подчеркнуть, что для более углубленного анализа и обоснования результата изменения уровня конкурентоспособности продукции были рассчитаны отклонения коэффициентов конкурентоспособности выпускаемой продукции ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» по следующей формуле:

$$\Delta K_{it} = K_{it} - K_{it-1}, \quad (10)$$

где ΔK_{it} – отклонение коэффициента экономической конкурентоспособности продукции вида i за период t ; K_{it} – коэффициент экономической конкурентоспособности продукции вида i за период t ; K_{it-1} – коэффициент экономической конкурентоспособности продукции вида i за период $t-1$.

Оценка результатов изменения уровня конкурентоспособности продукции ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» произведена с использованием шкалы оценки от –5 до +5 (см. табл. 2).

Таблица 2. Шкала оценки результатов изменения уровня конкурентоспособности продукции товарных групп

Положительная тенденция	Баллы	Отрицательная тенденция	Баллы
Рост конкурентоспособности конкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} > K_{it-1}$, $\Delta K_{it} > 0$	+5	Снижение конкурентоспособности неконкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} < 0$, $K_{it-1} < 0$, $\Delta K_{it} < 0$	–5
Обретение конкурентоспособности продукции товарной группы, $K_{it} > 0$, $K_{it-1} < 0$, $\Delta K_{it} > 0$	+4	Потеря конкурентоспособности продукции товарной группы, $K_{it} < 0$, $K_{it-1} > 0$, $\Delta K_{it} < 0$	–4
Начало выпуска конкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} > 0$	+3	Начало выпуска неконкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} < 0$	–3
Рост конкурентоспособности неконкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} < 0$, $K_{it-1} < 0$, $\Delta K_{it} > 0$	+2	Снижение конкурентоспособности конкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it} > K_{it-1}$, $\Delta K_{it} < 0$	–2
Прекращение выпуска неконкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it-1} < 0$	+1	Прекращение выпуска конкурентоспособной продукции товарной группы, $K_{it-1} > 0$	–1

Примечание. Составлена авторами на основании источника [4, с. 111].

На основании выполненных расчетов установлено, что в 2015 г. по сравнению с 2014 г. положительные тенденции в формировании конкурентоспособности продукции наблюдались 14 раз, отрицательные – 12 раз, а в 2016 г. по сравнению с 2015 г. положительные тенденции были отмечены 15 раз, отрицательные – 11 раз (см. табл. 3).

Рассчитав в баллах общий результат работы предприятия в области повышения конкурентоспособности продукции товарных групп, отмечаем рост суммы положительного эффекта с +37 до +51 балла,

Таблица 3. Сравнение коэффициентов экономической конкурентоспособности продукции ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» в 2014–2016 гг.

Продукты	Коэффициент конкурентоспособности			Отклонение коэффициента конкурентоспособности		Оценка, баллы	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
Говядина	0,196	0,315	0,208	0,119	-0,107	+5	-2
Свинина	-0,082	0,169	0,134	0,251	-0,035	+4	-2
Субпродукты 1-й категории	-0,048	-0,040	0,401	0,008	0,441	+2	+4
Вареные колбасные изделия	0,024	-0,006	-0,065	-0,030	-0,059	-4	-5
Сосиски и сардельки	0,133	-0,038	0,029	-0,171	0,067	-4	+4
Полукопченые колбасные изделия	0,083	-0,111	-0,121	-0,194	-0,010	-4	-5
Сырокопченые и сыровяленые колбасные изделия	-0,046	-0,057	0,076	-0,011	0,133	-5	+4
Варено-копченые колбасные изделия	0,020	-0,033	-0,032	-0,053	0,001	-4	+2
Копчености	0,139	-0,031	0,022	-0,170	0,053	-4	+4
Прочие виды колбасных изделий	-0,139	-0,132	-0,141	0,007	-0,009	+2	-5
Рубленые котлеты, биточки, ромштексы и т. д.	-0,313	-	-	-	-	+1	-
Полуфабрикаты натуральные из свинины	-0,182	-0,089	-0,127	0,093	-0,038	+2	-5
Полуфабрикаты натуральные из говядины	-	0,209	0,158	-	-0,051	+3	-2
Суповые наборы и рагу	0,115	-0,176	-	-0,291	-	-4	+1
Полуфабрикаты крупнокусковые из свинины	0,049	-	-0,201	-	-	-1	-3
Полуфабрикаты крупнокусковые из говядины	0,191	-	0,027	-	-	-1	+3
Мясной фарш	-0,063	-0,049	-	0,014	-	+2	-1
Мясо и субпродукты 1-й категории фасованные	-0,044	-0,110	-0,146	-0,066	-0,036	-5	-5
Консервы мясные	0,268	0,240	0,288	-0,028	0,048	-2	+5
Консервы для беременных и кормящих матерей	-	-	0,053	-	-	-	+3
Консервы мясорастительные	-0,127	-0,086	-0,023	0,041	0,063	+2	+2
Консервы растительно-мясные	-0,171	-0,095	-0,015	0,076	0,080	+2	+2
Консервы мясодержащие	-0,108	-0,073	-0,016	0,035	0,057	+2	+2
Консервы для кошек и собак	-0,053	0,004	0,014	0,057	0,010	+4	+5
Детское питание мясное	0,258	0,159	0,231	-0,099	0,072	-2	+5
Детское питание мясорастительное	-0,066	0,004	0,005	0,070	0,001	+4	+5
Детское питание рыба растительное	-0,173	-0,003	-0,007	0,170	-0,004	+2	-5
Сумма положительного эффекта						+37	+51
Сумма отрицательного эффекта						-40	-40
Итого						-3	+11

что свидетельствует об эффективной деятельности ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» по этому направлению. Необходимо подчеркнуть, что в 2016 г. сумма положительного эффекта преобладала над суммой отрицательного эффекта. Результативность от повышения конкурентоспособности продукции товарных групп предприятия в 2016 г. оценена в +11 баллов.

Проведенный анализ показал, что за анализируемый период сумма отрицательного эффекта в области конкурентоспособности продукции стабильна (-40 баллов) и является тем резервом, на который товаропроизводителю необходимо обратить внимание при производстве и реализации продукции.

Следовательно, применение данной методики позволяет мясоперерабатывающему предприятию не только провести анализ деятельности в области конкурентоспособности продукции, выявить конкурентоспособные и неконкурентоспособные товарные группы продукции, но и определить неиспользованные резервы повышения их конкурентоспособности.

Для обоснования приоритетных направлений развития мясоперерабатывающего предприятия, определения экономического эффекта от повышения конкурентоспособности продукции нами проведены расчеты с использованием экономико-математического моделирования. Детальный анализ функционирования мясоперерабатывающих предприятий республики показал, что одним из путей

повышения эффективности производства мясной продукции на основе роста ее конкурентоспособности является наиболее эффективное использование имеющихся ресурсов за счет оптимизации объемов производства и реализации продукции товарных групп с целью максимизации добавленной стоимости по предприятию. В этой связи нами на базе разработанной экономико-математической модели были произведены расчеты экономического эффекта от оптимизации ассортиментной политики ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» при условии стабилизации поставок сырья на уровне 2016 г.

Заметим, что особенностью разработанной нами экономико-математической модели оптимизации программы развития мясоперерабатывающего предприятия является детальный учет использования сырья по видам в разрезе производимой продукции товарных групп, что позволяет осуществить оптимизацию материально-денежных затрат с целью максимизации конечных результатов работы предприятия и, в первую очередь, добавленной стоимости при производстве продукции. В данную экономико-математическую модель включены ограничения по удовлетворению запросов потребителей, что позволит мясоперерабатывающему предприятию обеспечить выпуск той продукции, которая в наибольшей мере востребована покупателями с точки зрения максимизации ее энергетической ценности применительно к затратам на приобретение.

Решение экономико-математической задачи позволило выявить внутренние резервы повышения эффективности производства на основе роста конкурентоспособности продукции. В перспективе рекомендуется увеличить объемы производства такой конкурентоспособной продукции, как консервы для взрослых и консервы для детского питания соответственно на 9,5% и 2,2% за счет сокращения выпуска неконкурентоспособной продукции, к которой относятся мясные полуфабрикаты и колбасные изделия, на 9,1% и 1,4% соответственно (см. табл. 4).

Таблица 4. Объемы и структура производства продукции на ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат»

Продукция	Единицы измерения	Факт		Расчет		Расчет к факту	
		в натуре	%	в натуре	%	%	п.п.
Мясо и субпродукты	т	6025,0	100,0	6130,5	100,0	101,8	0
в том числе говядина	т	2934,0	48,7	3024,8	49,3	103,1	0,6
свинина	т	2017,0	33,5	2020,1	33,0	100,2	-0,5
баранина, конина, крольчатина и др.	т	53,0	0,9	53,0	0,9	100,0	0,0
субпродукты пищевые	т	1021,0	16,9	1032,6	16,8	101,1	-0,1
Колбасные изделия, всего	т	1539,0	100,0	1517,2	100,0	98,6	0
в том числе колбасы вареные	т	657,0	42,7	591,3	39,0	90,0	-3,7
сосиски и сардельки	т	172,0	11,2	189,2	12,5	110,0	1,3
колбасы полукопченые	т	31,0	2,0	27,9	1,8	90,0	-0,2
колбасы сырокопченые, сыровяленые, вяленые (включая салями)	т	69,0	4,5	75,9	5,0	110,0	0,5
колбасы варено-копченые	т	62,0	4,0	68,2	4,5	110,0	0,5
копчености	т	80,0	5,2	113,2	7,5	141,5	2,3
прочие виды колбасных изделий	т	468,0	30,4	451,5	29,8	96,5	-0,6
Жиры пищевые	т	247,0	-	270,2	-	109,4	-
Мясные полуфабрикаты	т	365,0	100,0	331,8	100,0	90,9	0
в том числе натуральные из свинины	т	28,6	7,8	25,7	7,7	89,9	-0,1
натуральные из говядины	т	111,1	30,4	101,2	30,5	91,1	0,1
крупнокусковые из свинины	т	140,4	38,5	126,5	38,2	90,1	-0,3
мясной фарш	т	10,3	2,8	11,3	3,4	109,7	0,6
мясо и субпродукты 1-й категории фасованные	т	74,6	20,4	67,1	20,2	89,9	-0,2
Консервы, всего	тыс. у.б.	9213,0	100,0	9843,0	100,0	106,8	0
Консервы для взрослых	тыс. у.б.	5634,0	61,2	6185,7	62,8	109,8	1,6
в том числе мясные	тыс. у.б.	5228,0	56,7	5750,8	58,4	110,0	1,7
из них мясо тушеное говяжье	тыс. у.б.	4363,7	47,3	4800,1	48,8	110,0	1,5
мясо тушеное свиное	тыс. у.б.	864,3	9,4	950,7	9,7	110,0	0,3
прочие консервы	тыс. у.б.	137,3	1,5	133,7	1,4	97,4	-0,1

Продукция	Единицы измерения	Факт		Расчет		Расчет к факту	
		в натуре	%	в натуре	%	%	п.п.
консервы для беременных и кормящих матерей	тыс. у.б.	8,5	0,1	9,4	0,1	110,6	0
мясорастительные консервы	тыс. у.б.	100,6	1,1	110,6	1,1	109,9	0
консервы растительно-мясные	тыс. у.б.	22,9	0,2	25,2	0,3	110,0	0,1
консервы для кошек и собак	тыс. у.б.	141,8	1,6	156,0	1,6	110,0	0
Консервы для детского питания	тыс. у.б.	3579,0	38,8	3657,3	37,2	102,2	-1,6
в том числе мясные	тыс. у.б.	3340,7	36,2	3395,2	34,5	101,6	-1,7
из них детское питание из свинины	тыс. у.б.	469,0	5,1	515,9	5,2	110,0	0,1
детское питание из говядины	тыс. у.б.	2685,8	29,2	2695,8	27,4	100,4	-1,8
из прочего мяса	тыс. у.б.	185,9	2,0	183,5	1,9	98,7	-0,1
мясорастительные консервы	тыс. у.б.	238,3	2,6	262,1	2,7	110,0	0,1
Сухие животные корма	т	252,0	—	259,4	—	102,9	—

Таблица 5. Основные показатели функционирования ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат»

Показатели	Ед. измерения	Факт	Расчет	Расчет к факту, % (+/-)
Поступило скота (живой вес)	т	9493,0	9493,0	100,0
в том числе КРС	т	6368,0	6368,0	100,0
в том числе свиней	т	3015,0	3015,0	100,0
Добавленная стоимость	тыс. BYN	11811,0	13087,3	110,8
Производительность труда по добавленной стоимости	тыс. BYN/чел.	15,5	17,2	111,0
Выход товарной продукции из 1 т сырья	BYN	4046,3	4684,3	115,8
Выручка от реализации продукции	тыс. BYN	38412,0	44468,0	115,8
Себестоимость продукции	тыс. BYN	36450,0	37768,3	103,6
Прибыль (убыток) от реализации продукции	тыс. BYN	1962,0	6699,7	341,5
Рентабельность продаж	%	5,1	15,1	10,0
Рентабельность реализованной продукции	%	5,4	17,7	12,3
Коэффициент конкурентоспособности продукции		0,176	0,307	0,131
в том числе мяса и субпродуктов		0,065	0,062	-0,003
колбасных изделий		-0,061	-0,061	0,000
мясных полуфабрикатов		-0,098	-0,088	0,010
пищевых жиров		0,863	1,043	0,180
мясных консервов		0,298	0,460	0,162
сухих животных кормов		0,287	0,281	-0,006
Общая энергетическая ценность произведенной продукции в расчете на соответствующие цены реализации	тыс. ккал/BYN	5486,0	6709,2	122,3

Отметим, что предлагаемая структура производства продукции позволит мясоконсервному комбинату только за счет перераспределения имеющихся сырьевых ресурсов в пользу конкурентоспособной продукции увеличить добавленную стоимость на 10,8% (см. табл. 5).

Если анализировать другие экономические показатели, представленные в данной таблице, то, например, величина коэффициента конкурентоспособности продукции комбината увеличится до 0,307 за счет роста значения коэффициента конкурентоспособности мясных консервов и пищевых жиров. В целом, предлагаемые мероприятия позволят ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» увеличить производительность труда по добавленной стоимости на 11,0%. При этом выход товарной продукции из 1 т сырья возрастет на 15,8% и составит 4684,3 BYN. Следует отметить, что суммарная энергетическая ценность произведенной продукции в расчете на соответствующие цены реализации увеличится на 22,3% и будет способствовать росту удовлетворенности потребителей. Это позволит увеличить прибыль от реализации продукции до 6699,7 тыс. BYN. Рентабельность продаж возрастет на 10,0 п.п. и составит 15,1%.

Заключение

Разработанная методика оценки конкурентоспособности продукции товарных групп мясоперерабатывающих предприятий позволяет не только подвести итоги их работы, но и выявить резервы повышения конкурентоспособности и эффективности производства мяса и мясной продукции. С помощью усовершенствованной экономико-математической модели программы развития мясоперерабатывающего предприятия можно достичь рационального использования сырьевых ресурсов, оптимизировать объемы производства и реализации продукции с целью повышения конечных результатов хозяйствования на основе роста конкурентоспособности последней. Так, проведенные исследования показали, что только за счет перераспределения имеющихся сырьевых ресурсов от неконкурентоспособной в пользу конкурентоспособной продукции можно увеличить добавленную стоимость по ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» на 10,8%, размер которой составит 13087,3 тыс. BYN.

ЛИТЕРАТУРА

1. Быков, В. А. Управление конкурентоспособностью: учеб. пособие / В. А. Быков, Е. И. Комаров. – М.: РИОР – ИНФРА-М, 2013. – 276 с.
2. Головачев, А. С. Активизация инновационной деятельности предприятия в системе повышения конкурентоспособности и прибыли / А. С. Головачев // Экономика. Управление. Инновации. – 2017. – № 1–2. – С. 32–41.
3. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учебник для бакалавров / И. М. Лифиц. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юрайт, 2016. – 437 с.
4. Сайганов, А. С. Повышение конкурентоспособности молочной продукции на перерабатывающих предприятиях АПК Витебской области: монография / А. С. Сайганов, Н. А. Тригуб. – Горки: БГСХА, 2015. – 282 с.
5. Фатхутдинов, Р. А. Развитие конкурентных преимуществ объектов в конкурентоспособной экономике / Р. А. Фатхутдинов // Современная конкуренция – 2010. – № 3 (21). – С. 109–124.
6. Фатхутдинов, Р. А. Методы выполнения всеобщих функций управления конкурентоспособностью организации / Р. А. Фатхутдинов // Современная конкуренция – 2010. – № 5 (23). – С. 96–138.
7. Философова, Т. Г. Конкуренция и инновации / Т. Г. Философова // Лизинг. – 2013. – № 8. – С. 25–33.
8. Чепурной, И. П. Конкурентоспособность продовольственных товаров: учеб. пособие; 2-е изд., перераб. и доп. / И. П. Чепурной. – М.: Дашков и К, 2005. – 120 с.
9. Шафранский, И. Н. Тенденции формирования конкурентоспособности мясной продукции ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» / И. Н. Шафранский // Проблемы экономики. – 2017. – № 25. – С. 201–218.

РЕЗЮМЕ

В современных условиях функционирование любого предприятия проходит в конкурентной борьбе, в которой решающим показателем является конкурентоспособность производимой продукции. В статье обоснованы критерии конкурентоспособности мясной продукции. Разработана методика оценки конкурентоспособности продукции мясоперерабатывающего предприятия. Предложена экономико-математическая модель программы развития перерабатывающего предприятия, позволяющая повысить эффективность производства на основе роста конкурентоспособности продукции.

SUMMARY

The operation of any enterprise in modern conditions is the competition where it is crucial to the competitiveness of the products. The article substantiates the criteria of competitiveness of meat products. The technique of estimation of competitiveness of production of the meat-processing enterprise is developed. The economic and mathematical model of the program of development of the processing enterprise allowing increasing efficiency of production on the basis of growth of competitiveness of production is offered.

Поступила 26.04. 2018