

Надежда РАДЧЕНКО

*ученый секретарь,  
кандидат сельскохозяйственных наук*

Елена СОКОЛОВСКАЯ

*старший научный сотрудник отдела планирования  
и регулирования развития сельского и лесного хозяйства  
(Научно-исследовательский экономический институт  
Министерства экономики Республики Беларусь)*

УДК 339.137.2:631.15

## Методические подходы к оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции

**К**онкурентоспособность продукции на современном этапе занимает центральное место в экономической политике страны, становится ключевой для любой формы и уровня хозяйствования, заставляет улучшать ее качественные параметры, повышать производительность труда и эффективность производства. Под конкурентоспособностью продукции следует понимать совокупность потребительских свойств последней, характеризующих их отличие от продукции-конкурента по степени соответствия конкретным общественным потребностям и с учетом затрат на их удовлетворение.

В СССР категория «конкурентоспособность» не нашла должной разработки как в теоретическом, так и в практическом аспекте, хотя вопросам повышения качества продукции, снижению издержек на ее производство и другим составляющим конкурентоспособности уделялось значительное внимание.

Конкурентоспособность продукции в странах с рыночными отношениями является основой выживания для товаропроизводителей. Она находится в центре внимания государственных, политических, деловых и научных сил государств. Формирование конкурентоспособности продукции происходит на уровне внутренних производственно-экономических структур и определяется качественным их состоянием. Повышение конкурентоспособности продукции способствует росту объемов ее экспорта и завоеванию престижа отечественных товаров на внешних рынках [1].

Необходимо отметить, что проблема оценки конкурентоспособности продукции является сложной и комплексной, поскольку конкурентоспособность складывается из множества самых разных факторов. Однако эта оценка необходима предприятию для осуществления ряда

мер – таких, как выработка основных направлений по созданию и изготовлению новых видов продукции, пользующихся спросом; оценка перспектив продажи конкретных видов продуктов и формирование номенклатуры; установление цен на продукцию.

Проблема конкурентоспособности сельскохозяйственных товаров на мировом рынке является весьма острой и актуальной, она занимает центральное место в экономической политике каждой страны, становится ключевой для всех форм хозяйствования. Для Беларуси повышение конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции также весьма важно, так как аграрная сфера в первую очередь призвана обеспечивать продовольственную безопасность страны.

Следует отметить, что в силу действия негативных факторов, ставших причиной деградации производственного потенциала, низкого уровня эффективности системы управления, оттока из села квалифицированных кадров, отечественное сельскохозяйственное производство на протяжении ряда лет остается неконкурентоспособным. Необходимость в выявлении направлений повышения конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции бесспорна, особенно в кризисных условиях, обостривших основные проблемы снижения потенциала сельхозпроизводителей (снижение экспорта, финансовая нестабильность большинства сельскохозяйственных организаций, рост себестоимости продукции и т.д.). С одной стороны, перед отраслью стоит проблема низкой производительности труда, во многом обусловленная технической и технологической отсталостью отечественного аграрного производства. С другой – предприятия, переходящие на новые методы организации и ведения про-

изводства, использование современной техники, сталкиваются с нехваткой высококвалифицированных кадров.

С учетом складывающейся ситуации на мировом и внутреннем рынках сельскохозяйственной продукции теоретический и практический интерес приобретает определение методов оценки уровня ее конкурентоспособности, адекватных рыночным условиям функционирования организаций.

Сельское хозяйство – это одна из ключевых отраслей в системе АПК, в которой проявляется как внутриотраслевая, так и межотраслевая конкуренция.

Внутриотраслевая конкуренция применительно к сельскому хозяйству выражается в соперничестве сельских товаропроизводителей как за наиболее выгодные сферы приложения капитала, так и за условия производства и сбыта идентичных или однородных видов потенциальных товаров (зерно: товарное – фуражное и т.д.).

Межотраслевая конкуренция применительно к сельскому хозяйству представляет собой соперничество между отраслями за преимущественное развитие того или иного вида продукции той или иной отрасли (зерновое производство – свиноводство, которые требуют земельных, финансовых, трудовых ресурсов, отвлекая их в свою сферу производства). В результате этой конкуренции в современных условиях развития рыночных отношений происходит, например, сокращение получения животноводческой продукции вследствие ее более низкой рентабельности по сравнению с зерновым производством. В чистом виде межотраслевую конкуренцию в аграрной сфере следует рассматривать как соперничество сельскохозяйственных производителей и перерабатывающей промышленности по поводу удовлетворения интересов потребителей (организация малой переработки непосредственно в хозяйствах или использование мощностей существующих перерабатыва-

ющих предприятий) и в плане приложения капитала (развитие иных видов деятельности) [1].

Зарубежными и отечественными учеными разработаны и предлагаются к практическому использованию различные методики оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции. Каждая из них имеет достоинства и недостатки, а также определенную сферу применения. Разрабатывая методические основы оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, В. С. Чекалин справедливо отмечал, что «...при оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции возникает сложность учета различных ограничений в международной торговле и широкого перечня мер поддержки внутренних производителей». Автор ставил под сомнение полноту и точность количественной оценки конкурентоспособности, произведенной на основании только статистических данных, и утверждал, что более точные результаты обеспечивает «...факторный анализ, в том числе с использованием более субъективных методик, например, экспертной оценки» [2].

Один из самых простых подходов к оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции – это аналитический способ, основанный на методике сравнения. Его обобщенный алгоритм предполагает выполнение следующих процедур: эксперты определяют уровень ценовых и потребительских характеристик тестируемого продукта и соотносят их с одноименными составляющими заранее определенного товара-конкурента. В основе лежит экспертный метод, ориентирующий на опыт работы и интуитивное понимание квалифицированными специалистами роли того или иного продукта в удовлетворении потребностей покупателя. После сопоставления по всем показателям может быть получен набор характеризующих отклонение свойств предлагаемой продукции от свойств эталонной (либо продукции-конкурента, см. табл.).

**Номенклатура показателей для оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции**

Показатели	Состав и содержание показателей
Экономические	Цена реализации, рентабельность продаж, себестоимость, прибыль
Нормативные	Механическая загрязненность, бактериальная обсемененность (для мяса и молока) и т.д.; для каждого вида продукции существуют свои
Функциональные	Энергетическая ценность, калорийность
Химического состава	Углеводы, белки, жиры, сахар, витамины
Физические	Физический вес
Экологические	Нитраты, пестициды, тяжелые металлы, радионуклиды
Технологические	Цвет, запах, вкус
Транспортабельность	Малотранспортабельные (например молоко). Транспортабельные (зерно, картофель)
Надежность	Срок хранения

Примечание. Разработка авторов.

В экономической литературе встречаются разнообразные методы оценки конкурентоспособности в зависимости от целей, возможностей и специфики исследований. Так, часто предлагается для оценки конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции использовать формулу:

$$IC_i = \frac{X_i}{\sqrt{P_i - X_i + M_i}}, \quad (1)$$

где  $IC_i$  – индекс конкурентоспособности продукции;  $X_i$  – экспорт (в стоимостном выражении)  $i$ -го товара за пределы страны (области);

#### Индексный метод

Расчет интегрального коэффициента конкурентоспособности производится путем деления индекса качества на индекс цены.

$$K_{.и.} = \frac{I_{.к.}}{I_{.ц.}}, \quad (2)$$

где  $K_{.и.}$  – интегральный коэффициент конкурентоспособности;  $I_{.к.}$  – индекс качества;  $I_{.ц.}$  – индекс цены.

Индекс качества сельхозпродукции оценивается следующим образом:

$$И.К. = \frac{П_{.j}}{П_{.о.}}, \quad (3)$$

где И. К. – индекс качества оцениваемой продукции;  $П_{.j}$  – значение параметра качества оцениваемой продукции,  $П_{.о.}$  – значение параметра качества сравниваемой продукции.

Значение параметров качества может определяться в процентах или коэффициентах (например значимость вкуса 60% или 0,6) – всего 100% или 1. Определяется средняя арифметическая баллов, выставленных всеми экспертами по каждому параметру, и подсчитывается суммарная оценка экспертов. Необходимо отметить, что качество продукции находится в зависимости от всех элементов производственного процесса, качества работы на всех стадиях воспроизводственного процесса, эффективного использования всех видов ресурсов и других факторов, а в сельском хозяйстве в значительной мере – и от почвенно-климатического комплекса и природно-метеорологических условий года.

Качество сельскохозяйственной продукции имеет 2 аспекта проявления:

совокупность свойств, создающих качественную определенность продукта (например молоко, мясо, фрукты и т.п.);

$P_i$  – производство (в стоимостном выражении)  $i$ -го товара в стране (области);  $M_i$  – импорт (в стоимостном выражении)  $i$ -го товара в стране (области) [3].

Нужно отметить, что данная формула слишком масштабна и ее удобно использовать при оценке конкурентоспособности продукции на уровне страны.

На наш взгляд, наиболее объективными подходами, учитывающими как специфику аграрной сферы, так и сложившуюся конкурентную среду на сельскохозяйственном рынке, являются 3 метода – индексный, балльный, коэффициентный (функционального множества).

степень удовлетворения какой-либо потребности одноименными продуктами (например молоко с содержанием жира 2,5%, 3,2%, 4,0%; мясо животных разной упитанности и т.п.) [4].

Оценка качества продукции по единичному показателю трудности не представляет. Сложнее его оценить, сопоставить, сравнить при использовании нескольких показателей. В этих случаях может применяться метод сопоставления с совокупностью базовых показателей, метод введения весомости каждого единичного показателя и др.

Индекс цены определяется по следующей формуле:

$$I_{.ц.} = \frac{Ц_{.j}}{Ц_{.о.}}, \quad (4)$$

где  $I_{.ц.}$  – индекс цены;  $Ц_{.j}$  – цена оцениваемой продукции;  $Ц_{.о.}$  – цена сравниваемой продукции.

Предложенная система коэффициентов позволит оценить общий уровень конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции с учетом оценки качественных и стоимостных характеристик продукции. Интегральный коэффициент конкурентоспособности позволит выделить ту продукцию, для которой сочетание показателей качества и цены получили наивысшее значение интегрального коэффициента конкурентоспособности. В результате проведенной оценки дается одно из следующих заключений: продукция конкурентоспособна на рынке ( $K_{.и.} > 1$ ); продукция обладает низкой конкурентоспособностью ( $K_{.и.} = 1$ ); продукция неконкурентоспособна на рынке ( $K_{.и.} < 1$ ).

Необходимо отметить, что индексный метод является самым распространенным подходом к определению конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции.

### Балльный метод

Преимущество данного метода состоит в том, что он, во-первых, более прост в расчетах, так как устраняет сложность количественного измерения качественных параметров, а, во-вторых, широко используется для сравнительного межхозяйственного анализа, более значимого при разработке стратегии повышения конкурентоспособности на перспективу. Для оценки неизмеримых показателей рекомендуется применять экспертный подход, основанный на использовании суждений экспертов.

Методика балльной оценки конкурентоспособности продукции:

1. Определяются параметры и балльность оценки конкурентоспособности. Выбор параметров осуществляется с точки зрения производителя, так как именно он заинтересован в дальнейшем увеличении объема продаж продукции и расширении сегментов рынка. Шкала оценки может быть 5-ти, 10-ти или 100-балльная.

2. По уровню востребованности потребителями каждого параметра определяется его коэффициент значимости.

3. Экспертами каждому из параметров конкурентоспособности товара присваивается балл, который в дальнейшем корректируется на соответствующий ему коэффициент значимости.

4. По совокупности параметров конкурентоспособности и с учетом их значимости средний балл рассчитывается по средней арифметической взвешенной:

$$B_{\text{ср.}} = \sum_{i=1}^n \frac{x_i \cdot k_i}{n}, \quad (5)$$

где  $B_{\text{ср.}}$  – средний балл;  $i$  – параметры конкурентоспособности;  $n$  – количество параметров конкурентоспособности;  $x_i$  – балл по параметрам конкурентоспособности продукции;  $k_i$  – коэффициент значимости параметра конкурентоспособности.

5. Определяется отклонение от выбранного значения балла, которое характеризует уровень конкурентоспособности продукта в сравнении с максимально возможным.

Необходимо заметить, что в зависимости от конкретного вида продукции методы оценки его конкурентоспособности могут быть скорректированы.

Важнейшим элементом рассмотренных методик является определение базы сравнения (эталонная продукция), так как от ее выбора непосредственно зависят итоги расчетов. Ряд авторов рекомендует принимать в качестве базы сравнения гипотетическую продук-

цию, построенную по принципу максимального, 100%-го удовлетворения потребностей покупателей, – так называемую «идеальную продукцию». Данный подход в наибольшей степени соответствует пониманию конкурентоспособности продукции, в чем его несомненное достоинство. Однако недостатки имеются. Определение значений потребительских характеристик, которые бы полностью соответствовали требованию покупателей, вызывает необходимость проведения масштабных опросов, что увеличивает продолжительность оценки конкурентоспособности. Кроме того, покупатели во многих случаях не в состоянии указать точные «идеальные» значения потребительских характеристик, не говоря уже об экономических показателях. Однако как вариант возможен и такой подход.

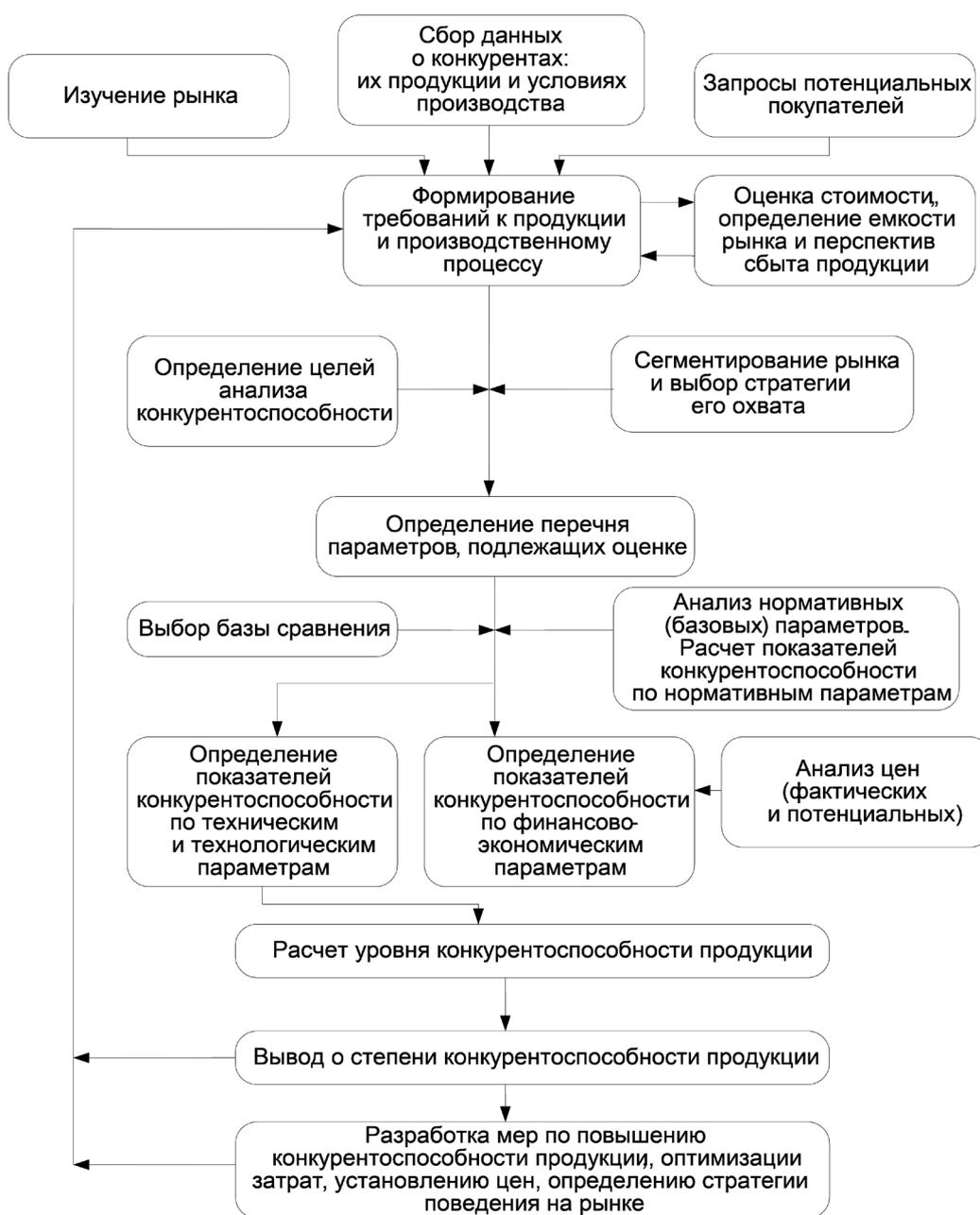
Некоторые исследователи предлагают принимать за базу сравнения реально существующую продукцию на рынке (причем на внешнем и внутреннем). Здесь также видится недостаток в сложности выбора образца из множества представленных на рынке (каждый из них может иметь преимущества по разным параметрам).

Устранить эти трудности можно при помощи еще одного подхода к выбору базы сравнения, который рекомендует использовать в ее качестве гипотетическую продукцию, составленную из лучших характеристик имеющихся реальных образцов. Однако и в этом случае возникает необходимость проведения дополнительного анализа на возможность соединения в базовом образце лучших характеристик гипотетической продукции по сравнению с реальными изделиями [5].

Нами предложен алгоритм оценки конкурентоспособности продукции применительно к сельскому хозяйству, который позволит исследователю на основе статистических данных самостоятельно решить задачу оценки уровня конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции (см. рис.).

Предложенный алгоритм оценки, а также методики, которыми при этом можно воспользоваться, помогут определить общий уровень конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции с учетом оценки ее качественных и стоимостных характеристик. Интегральный коэффициент конкурентоспособности позволит выделить ту продукцию, для которой сочетание показателей качества и цены получит наивысшее значение.

В качестве направления дальнейших исследований авторами планируется провести по предложенному алгоритму оценку конкурентоспособности отечественной сельскохозяйственной продукции за последние годы.



Предлагаемый алгоритм оценки конкурентоспособности продукции

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Завьялов, П. С. Конкурентоспособность и маркетинг / П. С. Завьялов // Российский экономический журнал. – 1995. – № 12. – С. 50–55.
2. Чекалин, В. С. Государственное регулирование конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / В. С. Чекалин. – Москва, 2009. – 140 с.
3. Бородин, К. Сравнительная оценка конкурентоспособности агропродовольственной продукции России / К. Бородин // АПК: экономика, управление. – 2005. – № 7. – С. 56–64.
4. Государственная программа «Качество» на 2007–2010 годы: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 23 авг. 2007 г., № 1082 (ред. 11 нояб. 2010 г.) / Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 5/25832.
5. Образцов, И. Д. Системное совершенствование мясомолочного комплекса / И. Д. Образцов // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий – 1996. – № 4. – С. 14–17.

## РЕЗЮМЕ

В настоящее время повышение конкурентоспособности аграрной сферы является одной из ключевых задач, особенно в условиях обострения конкурентной борьбы на рынках стран ЕАЭС и дальнего зарубежья. В этой связи в первую очередь возникает необходимость оценки уровня конкурентоспособности отечественного сельского хозяйства. В статье рассмотрены различные методические подходы, которые могут быть применены для решения данной задачи. Предложен алгоритм оценки конкурентоспособности продукции применительно к сельскому хозяйству.

## SUMMARY

Enhancing the competitiveness of the agrarian sector is one of the key objectives nowadays, especially in the context of growing competition in the markets of the EAEC countries and far abroad. In this regard, first and foremost, the need arises to assess the level of competitiveness of the domestic agriculture. The article considers various methodological approaches that can be used to address this problem. It also provides an algorithm that allows evaluate the competitiveness of the products in the agricultural sector and solve the problem of assessing the level of competitiveness of agricultural products on the basis of statistical data.

*Поступила 25.07. 2016*