

# КРИТЕРИИ, ПОКАЗАТЕЛИ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ АГРАРНОЙ СФЕРЫ ЭКОНОМИКИ

Корякина О.В.  
КазУИТС  
г. Уральск, респ. Казахстан

В трудах ученых экономистов нет четкого разграничения между критериями и показателями конкурентоспособности продукции аграрной сферы экономики. Отдельно взятые составляющие конкурентоспособности рассматриваются одновременно и как критерии, и как показатели, и даже как факторы. Между тем все эти понятия различны по их сущности.

Критерии конкурентоспособности продукции – это признак, по которому оцениваются и устанавливаются отличительные особенности товара при продвижении его на рынок и (или) к конкретному потребителю.

Показатель конкурентоспособности – это обобщенная количественная характеристика социально-экономических явлений в единстве с их качественной определенностью, проявляющихся при удовлетворении конкретных потребностей.

В оценке показателей конкурентоспособности товара взаимодействуют две стороны: с одной – потребители, с другой – товаропроизводители. Значение одного и того же показателя может удовлетворять покупателя и быть совершенно неприемлемым для товаропроизводителя, а также может быть достаточным для потребителя и (или) производителя на одном рынке и недостаточным – на другом.

Показатели конкурентоспособности продукции корректируются в зависимости от того, какую группу продовольственных товаров они характеризуют. То есть при оценке конкурентоспособности конкретного вида продукта используют свойственные им показатели. Так, для зерна и зерновой продукции дополнительно можно выделить еще две группы, характеризующие их транспортабельность и физические свойства. На основании выше изложенного, составим наиболее полную классификацию показателей конкурентоспособности зерна и зернопродуктов и представим ее в таблице 1.

Таблица 1 – Показатели для оценки уровня конкурентоспособности зерна и зерновой продукции

Группы	Показатели
Нормативные	Механическая загрязненность, клейковина, жир, белок, углеводы
Технические	Пищевая, энергетическая ценность, калорийность, срок хранения, содержание вредных веществ и тяжелых металлов, химический состав
Физические	Физический и зачетный вес зерна, физический вес зерновой продукции
Технологические	Цвет, запах, консистенция и др.

Транспортные	Малотранспортабельная и транспортабельная, доля фасованной продукции
Экономические	Цена реализации, удельный вес расходов на зернопродукты в структуре доходов, уровень фактического потребления к рекомендуемой и медицинской норме, себестоимость, трудоемкость, уровень рентабельности
Организационные	Доля рынка, структура продажи, уровень товарности, товарооборот

Необходимо отметить, что группа нормативных и технических показателей отражает качество продукции, ее безопасность и экологичность. Показатели качества имеют свою группировку, широко используемую в практической деятельности предприятий пищевой промышленности. Предложим следующую группировку показателей качества зерна и зернопродуктов. Разделение на три основные группы с присущими каждой группе своими показателями качества, данная классификация показателей на наш взгляд более точно отражает конкурентоспособность продукции (рисунок 1).



## Рисунок 1 – Классификация показателей качества

Каждая группа показателей качества и конкурентоспособности продукции представлена целой системой показателей, но не все они одинаково востребованы потребителями и имеют различную значимость для конкретного товаропроизводителя. Поэтому для достижения наилучших результатов необходимо, во-первых, определить, какие показатели конкурентоспособности продукции ценны для покупателя, а какие – для производителя. Во-вторых, провести их сравнение с аналогичными показателями товаров-конкурентов и установить возможность улучшения каждого из них.

В практической деятельности предприятий вывод о конкурентоспособности конкретного вида продукции делают на основе расчета его единичного, группового и интегрального показателей.

Единичный показатель конкурентоспособности – отношение величины какого-либо параметра к величине того же параметра, при котором элемент потребности теоретически полностью удовлетворяется.

Групповой показатель конкурентоспособности – показатель, который объединяет единичные показатели и характеризует степень удовлетворения потребности в целом.

Интегральный показатель конкурентоспособности – количественная характеристика конкурентоспособности товара, учитывающая влияние не отдельных факторов, а их комбинаций и взаимодействий. Он является комплексным показателем, объединяющим параметры различных групп. В связи с этим учеными предлагаются различные варианты его расчета. Наиболее распространенными методами расчета интегрального показателя конкурентоспособности являются [1]:

1. Как отношение группового показателя по потребительским параметрам к групповому показателю по экономическим параметрам;
2. Как сумма средневзвешенных показателей каждой группы по сравнению с аналогичными показателями товара конкурента.

В теории и практике значение интегрального показателя, рассчитанного вторым способом, подразделяется на высокое, среднее и низкое. Среднее значение ( $K = 1$ ) свидетельствует о том, что предприятие производит продукцию аналогичную, или близкую к конкурентам, а высокое ( $K > 1$ ) и низкое ( $K < 1$ ) – соответственно характеризуют превосходство или ухудшение параметров [2].

Таким образом, показатели конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия дают возможность оценить ее уровень с разных точек зрения и определить направления повышения, критерии – раскрывают содержание понятия «конкурентоспособность» в контексте исторического развития данной

проблемы. С развитием производства и рыночных отношений происходит постепенное их расширение, а уже существующие наполняются новым содержанием.

Главным и значимым критерием и показателем конкурентоспособности агропродовольственной продукции признано качество продукта. Их связь проявляется через удовлетворение потребностей покупателей, вместе с тем они различны по объектам, способам оценки и условиям формирования. Качество продукции отражается на цене и себестоимости – важных базовых составляющих конкурентоспособности.

Конкурентоспособность продукции является результатом деятельности предприятия, а условия, которые ее обеспечивают – факторами. На производство конкурентоспособных сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия оказывает влияние целый комплекс взаимосвязанных и дополняющих друг друга факторов, различных по направлениям воздействия и неравноценных по степени влияния.

В экономической литературе учеными дана разная классификация факторов конкурентоспособности продовольственной продукции. Так, В.А. Ключач выделяет следующие факторы:

- экономические – влияют на уровень затрат и цен на продукцию;
- экологические – обеспечивают необходимые требования безопасности продукта для здоровья потребителя;
- технологические – определяют перспективы возможной модернизации производства;
- социальные – отражают величину затрат социального характера на перепрофилирование производства [3].

На качественно ином уровне, адекватно рыночным условиям, классификация факторов конкурентоспособности дана В.И. Беспятым, который выделяет маркетинговую, коммерческую и экономическую составляющие. Однако они в большей степени раскрывают содержание показателей конкурентоспособности. Маркетинговая составляющая, по мнению автора, показывает преимущества или недостатки в уровне конкурентоспособности товара по характеру и качеству исследований рынка и запросов конечных потребителей, степени эффективности работы по продвижению товара на рынок, правильного выбора ценовой стратегии, рациональности формирования сбытовой сети и др. Экономическая составляющая включает в себя выгодность или невыгодность товара с точки зрения расходов на его использование и утилизацию: количество и стоимость потребляемых сырья и материалов, топлива и энергии, расходы на заработную плату и т.д. [4]. К тому же перечисленные им факторы ограничиваются внутривозможностями организации, в то время как преимущественное влияние оказывают внешние факторы.

На основании выше изложенного, выделим следующие классификационные группы факторов конкурентоспособности

сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, основанные на следующих признаках:

- среда их возникновения (внутренние и внешние);
- стоимостная характеристика (ценовые и неценовые);
- характер воздействия (основные и дополнительные);
- продолжительность воздействия (постоянные и переменные);
- сферы влияния (маркетинговые, экономические, производственные, научно-технические, экологические и др.).

Классификация факторов на внешние и внутренние приобретает особую значимость при SWOT-анализе уровня конкурентоспособности (Strength – достоинство, Weakness – недостаток, Opportunities – возможность, Threat – угроза), имеющего большую популярность в экономически развитых странах.

К внутренним факторам относятся такие, которые связаны со способностью предприятия и зависят от его деятельности. Внешние факторы по отношению к предприятию являются неконтролируемой средой его функционирования. Непредсказуемость изменений внешних факторов вызывает необходимость разработки вариантных стратегий на случай непредвиденных обстоятельств, которые могли бы предупредить или превратить угрозы внешней среды в выгодные возможности.

Результаты анализа конкурентной среды на рынке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия позволяют дать более полное определение внешним и внутренним факторам:

- внешние (макроэкономические): формы и методы государственного регулирования экономики и агропромышленного комплекса, поддержка отечественных товаропроизводителей, их защита от конкуренции импорта, таможенная и социальная политика, участие (или неучастие) страны во Всемирной Торговой Организации (ВТО), инфраструктура рынка, состояние финансовой системы, уровень развития информационных технологий, инвестиционный климат в стране и отрасли, состояние и структура рынка, емкость рынка, требования потребителей продукции, условия предложения товаров на рынке, правовое обеспечение, региональные премии и международные сертификаты;

- внутренние (микроэкономические): имидж и репутация предприятия, его организационно-производственная деятельность, эффективность использования ресурсного потенциала, система управления конкурентоспособностью, механизм обеспечения низкочувствительного производства.

Поскольку внешние и внутренние факторы конкурентоспособности продукции многочисленны, то целесообразно объединить их по сфере возникновения:

- внутренние: технические, организационные, экономические, социально-экономические.

– внешние: экономические, политические, рыночные, технологические, международные, социальные, нормативно-правовые, конкурентные (конъюнктура рынка, уровень конкуренции, национальные и региональные особенности рынка, уровень развития рекламной деятельности, платежеспособный спрос населения).

Первостепенную важность для сельскохозяйственной и продовольственной продукции имеют нормативно-правовые факторы, которые выступают для товаропроизводителя как ограничения, обязательные для выполнения, так как отражают требования технической, экологической и иной безопасности использования товара, а также патентно-правовые требования. В случае несоответствия продукта нормам и требованиям стандартов он к продаже не допускается.

Решение проблемы качества и конкурентоспособности возможно на основе комплексного воздействия факторов организационно-экономического механизма, который представляет систему взаимосвязанных целенаправленных экономических форм и методов организации производства и управления им на республиканском, региональном уровнях и уровне предприятия.

К факторам экономического механизма относятся ценообразование, налогообложение, финансирование (субсидии, авансирование закупок, компенсация затрат на приобретение средств производства), кредитование, страхование, поддержка реальных доходов населения, экспорт продукции. Организационные факторы характеризуются уровнем предпринимательской деятельности, формой хозяйствования, организации труда и производства, развитием кооперации и интеграции производства.

Согласованное воздействие экономических, организационных, маркетинговых факторов является незаменимым условием создания конкурентных преимуществ, крайне необходимых в условиях жесткой конкуренции на рынке продовольствия. С развитием социально-экономической, политической, международной сфер деятельности государств появляются новые факторы конкурентоспособности, а каждый ранее действующий может изменить направление и степень воздействия.

Происходящие рыночные преобразования в Казахстане повысили значимость таких факторов, как платежеспособный спрос, уровень развития инфраструктуры рынка, характер инновационной, финансово-кредитной, ценовой политики государства и региона. При этом особую важность приобретают факторы, формирующиеся в рамках конкретной организации: качество стратегического планирования и менеджмента, адаптивность функционирования предприятия к изменяющимся условиям рынка, совершенствование организации труда и производства, эффективность использования ресурсов.

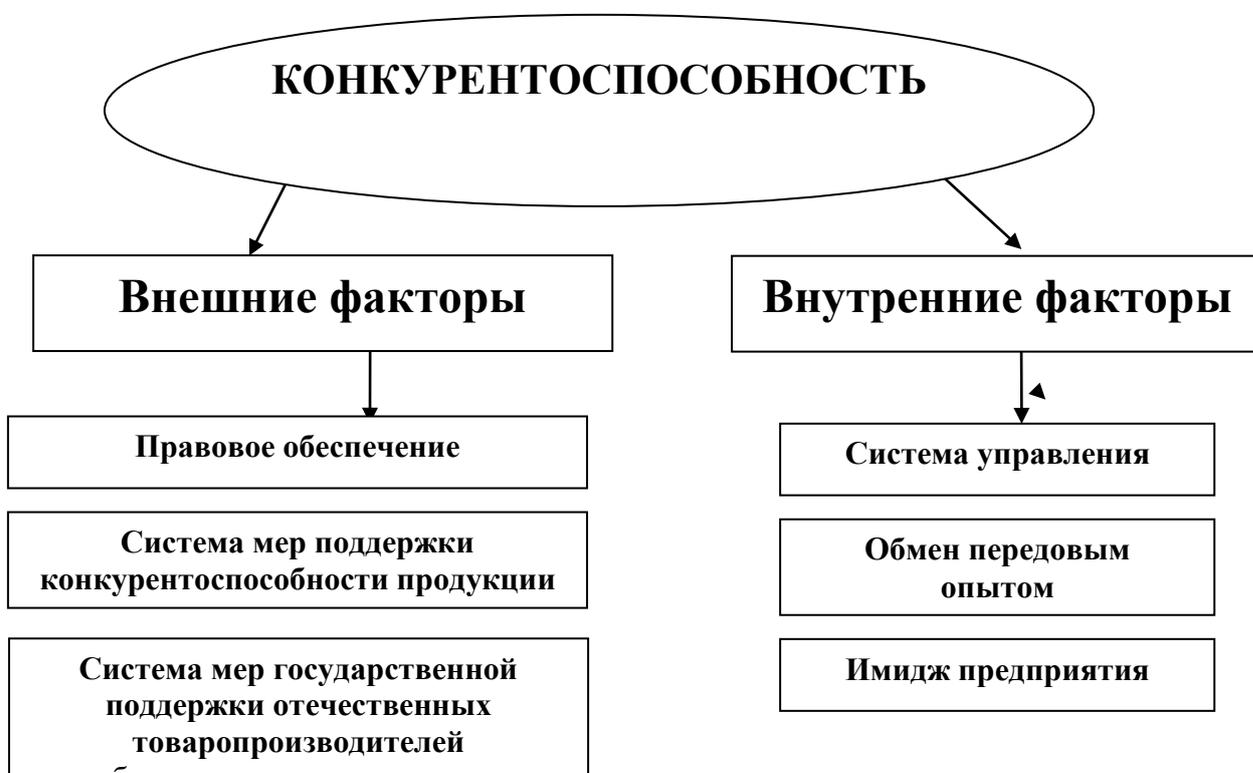
В ходе исследования установлены основные факторы, воздействующие на уровень конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. Разработанная схема влияния факторов на

конкурентоспособность продукции наглядно показывает, что они действуют не изолированно, а комплексно и представляют собой целую систему. Базу составляют факторы государственного уровня управления, определяющие благосостояние потребителей и их запросы, стратегию развития региона и предприятия, экономику страны (рисунок 2).

Следовательно, все факторы между собой взаимосвязаны и в конечном итоге аккумулируются в интегрируемых показателях конкурентоспособности продукции, которые в свою очередь являются главными результирующими показателями конкурентоспособности страны в целом.

На основе выше изложенного можно заключить, что конкурентоспособность продукции как категория выражает функциональный результат использования множества факторов действия и является результативным обобщающим показателем, предусматривающим получение прибыли и характеризующим эффективность производства. Вместе с тем, понятия «конкурентоспособность продукции» и «эффективность производства», имеют тесную взаимосвязь друг с другом. Однако, выделим и следующие отличительные моменты, которые помогут более точно понять взаимозависимость между «конкурентоспособностью» и «эффективностью производства» (таблица 2).

Одним из инструментов повышения уровня конкурентоспособности продукции и эффективности производства одновременно, в настоящее время является использование кластерного подхода в развитии сельскохозяйственной отрасли.



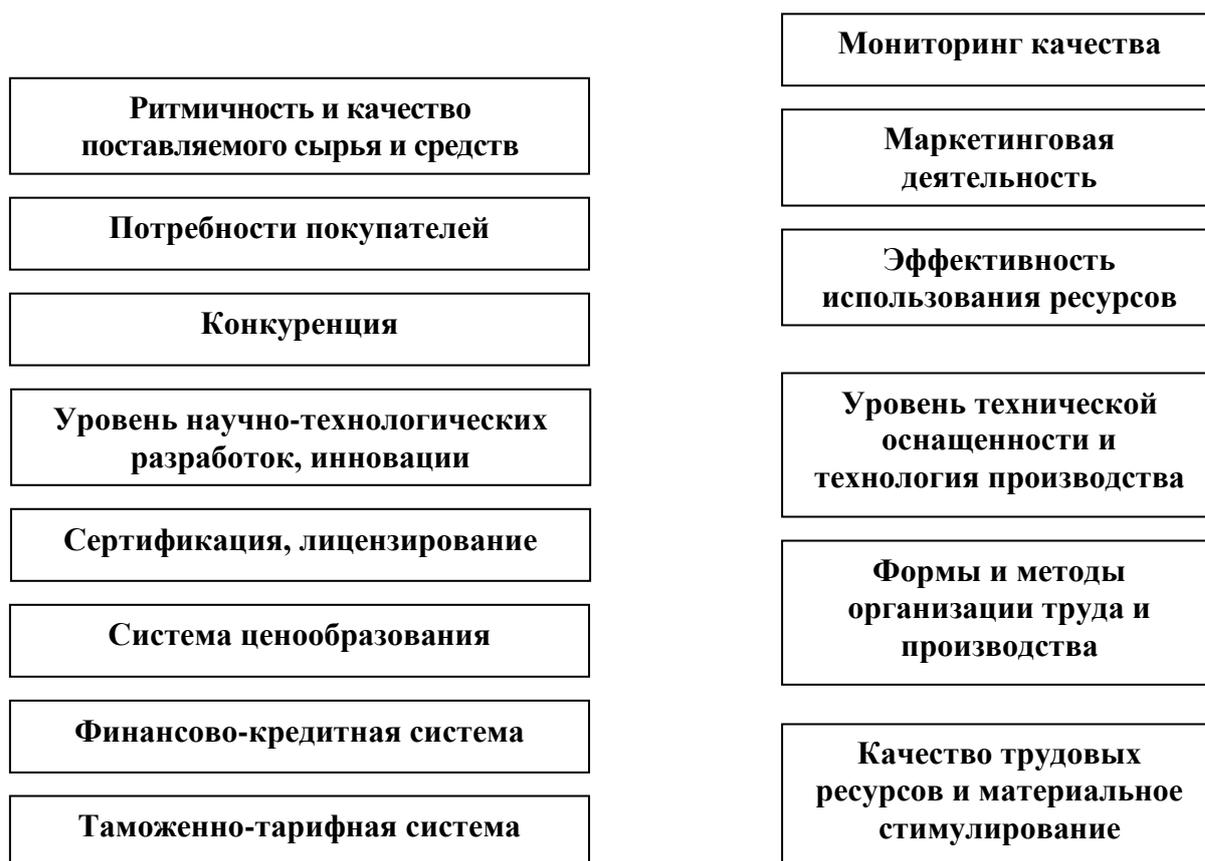


Рисунок 2 – Факторы, влияющие на конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия

Таблица 2 – Отличительные особенности конкурентоспособности и эффективности производства

<b>Эффективность производства</b>	<b>Конкурентоспособность</b>
Эффективность производства характеризует превышение результата над затратами, обеспечивающее расширенное воспроизводство	Конкурентоспособная продукция предполагает и простое воспроизводство
Фактор «снижение цены реализации» – рассматривается по отношению к эффективности как отрицательный	Фактор «снижение цены реализации» для конкурентоспособности продукции – положительный, поскольку повышает востребованность товара покупателями с невысоким уровнем доходности
Главным показателем эффективности является рентабельность производства	Конкурентоспособность продукции характеризуется, прежде всего качеством, ценой, себестоимостью

Эффективность производства не раскрывает насколько удовлетворены потребности покупателей	Для конкурентоспособности – удовлетворенность потребностей покупателя это главное условие
--	---

Под кластером современная экономическая наука понимает сконцентрированные по географическому признаку группы взаимосвязанных крупных, малых и средних компаний, являющихся специализированными поставщиками сырья, материалов, товаров и услуг, а также связанных с их деятельностью организаций (например, университетов, агентств по стандартизации, центров профессиональной ориентации и др.).

Как правило, объединяются в кластер те товаропроизводители, которые работают на создание одного конечного продукта. Кластерный подход предназначен именно для того, чтобы были заинтересованы не только собственники конечного продукта, но и все участники кластера.

Основным преимуществом кластерного подхода в развитии сельскохозяйственной отрасли, а именно повышения эффективности производства и уровня конкурентоспособности продукции, являются: постановка эффективного бизнеса; снижение издержек производства; повышение инвестиционной привлекательности отрасли; гарантированная сеть поставщиков; целенаправленная подготовка кадров; модернизация производства и обновление технологий благодаря взаимодействию с научно-исследовательскими институтами. Кластеры принимают различные формы в зависимости от своей глубины и сложности, но в большинстве случаев включают компании готового продукта, поставщиков специализированных факторов производства, компонентов, машин, финансовые институты, фирмы сопутствующих отраслей. Кластеры включают также фирмы, работающие в низовых отраслях (т.е. с потребителями), производителей побочных продуктов, страховые, научные, государственные и другие организации. Данные организации обеспечивают обучение, образование, поступление информации, проводят исследования и предоставляют техническую поддержку (такие, как университеты, центры повышения квалификации).



Рисунок 3 – Инфраструктура отраслевого кластера

Конкретная отрасль не может рассматриваться отдельно от остальных и должна развиваться внутри кластера вертикально, относительно взаимосвязанных секторов. Крупные и диверсифицированные экономики быстрее повысят конкурентоспособность, если сумеют улучшить состояние отраслей-поставщиков. Для удовлетворения возросшего спроса вырастут новые формы распространения и реализации продукции. Становление базовой отрасли послужит толчком к развитию отраслей-поставщиков и отраслей-потребителей, а также сегментов услуг, принадлежащих кластеру. Конкурентоспособность продукции сельскохозяйственного кластера обеспечивается благодаря наиболее полному использованию природно-климатического потенциала территории его расположения, позволяющего эффективно выращивать качественную продукцию, а также приоритетной государственной поддержкой (рисунок 3).

Все это обеспечивает динамично развивающуюся отрасль с высокими показателями эффективности производства и уровнем конкурентоспособности, так как при данном подходе имеются резервы снижения издержек производства и повышения качества продукции сельскохозяйственного кластера.

Таким образом, конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия является результатом действия комплекса взаимосвязанных и дополняющих друг друга экономических, научно-технических, производственных, организационно-управленческих, маркетинговых и иных факторов. Их классификация по: среде возникновения, стоимостной характеристике, характеру воздействия, продолжительности периода действия, сфере влияния необходима для разработки приоритетных направлений повышения уровня конкурентоспособности продукции во взаимосвязи с конкурентоспособностью отрасли, предприятия и региона, поскольку представляют единый механизм создания конкурентных преимуществ.

Базовой составляющей являются факторы государственного уровня управления, согласованное воздействие которых с внутренними факторами и рыночными механизмами формируют систему обеспечения эффективного производства, предусматривающую наращивание конкурентных преимуществ продукции и предприятия. Рентабельная продукция будет неконкурентоспособной, если не удовлетворит потребности покупателя. Следовательно, аккумулируя воздействие всех факторов, конкурентоспособность продукции определяет запросы потребителей и оказывает определенный эффект на экономику страны.

#### Литература:

1. Маслова Н.П. Интегральный показатель качества продукции – исходный элемент эффективности производства. Всесоюзная научная конференция по экономическим проблемам качества продукции и стандартизации. – М., 1997. – С. 27-29.
2. Чепурной И.П. Конкурентоспособность продовольственных товаров. – М.: Маркетинг. – 2002. – С. 120.
3. Ключац В.А. Маркетинг сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия. – М., 1998. – С. 208.
4. Беспятых В.И. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции в АПК. – Киров: ВГСХА. – 2000. – С. 200.