

Заключение. Таким образом, эффективность реконструктивных мероприятий складывается под воздействием большого числа как положительных, так и отрицательных факторов, степень воздействия которых в каждом конкретном случае существенно меняется. Поэтому только на основе детальных технико-экономических расчетов можно сделать вывод о целесообразности проведения реконструкции в сравнении с новым строительством. Эти расчеты выполняют путем тщательного анализа состояния существующих мощностей льноперерабатывающих предприятий и технико-экономических обоснований проектирования и строительства.

ЛИТЕРАТУРА

1. Бадокина, Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности организаций промышленности / Е. А. Бадокина, И. Н. Швецова // Управленческий учет. – 2020. – № 9. – С. 65–75.
2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – URL: <http://belstat.gov.by> (дата обращения: 12.03.2020).

УДК 339.137.2

ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Шафранский И. Н., канд. экон. наук, доцент

*Учреждение образования «Белорусская государственная
орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамени
сельскохозяйственная академия»,
Горки, Республика Беларусь*

Ключевые слова: конкурентоспособность, сельскохозяйственное предприятие, конкурентная стратегия.

Аннотация. В статье рассмотрены основные методологические подходы к оценке конкурентоспособности предприятия, выполнен расчет оценки конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия, определена конкурентная стратегия его развития.

APPROACHES TO ASSESSING THE COMPETITIVENESS OF AN AGRICULTURAL ENTERPRISE

Shafranskaya I. V., PhD in Economics, associate Professor
*Belarusian State Agricultural Academy,
Gorki, Republic of Belarus*

Keywords: competitiveness, agricultural enterprise, competitive strategy.

Summary. The article considers the main methodological approaches to assessing the competitiveness of an enterprise, calculates the assessment of the competitiveness of an agricultural enterprise, and defines a competitive strategy for its development.

Введение. В условиях рыночной экономики функционирование любых хозяйствующих субъектов, как правило, происходит в конкурентной борьбе, заключающейся в росте конкурентоспособности предприятий и выпускаемой ими продукции. В этой связи проблема повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий приобретает особую актуальность и значимость, что становится главным критерием эффективного их функционирования.

Исходя из вышеизложенного, становится очевидным, что существует необходимость решения данной проблемы, разработки практических рекомендаций, обеспечивающих повышение конкурентных преимуществ сельскохозяйственных предприятий.

Основная часть. Мировой опыт и практика убедительно свидетельствуют, что конкурентоспособность продукции является одним из важнейших понятий, определяющих уровень экономического потенциала любых организаций, регионов, областей и стран. Отсюда развитие рыночных отношений неразрывно связано с борьбой производителей продукции за более выгодные условия с целью максимизации прибыли. В научной литературе подобное состязание между производителями продукции принято называть конкуренцией. Понятие конкуренции лежит в основе такой экономической категории, как конкурентоспособность. Поэтому нельзя рассматривать конкурентоспособность, не рассмотрев при этом понятие конкуренции [3, с. 5].

В современном словаре экономических терминов дается следующее определение конкуренции: «**Конкуренция** – состязание между производителями (продавцами) товаров, а в общем случае – между любыми экономическими, рыночными субъектами; борьба за рынки сбыта товаров с целью получения более высоких доходов, прибыли, других выгод. Конкуренция представляет цивилизованную, легализованную форму борьбы за существование и один из наиболее действенных механизмов отбора» [1, с. 28–32; 4; 7].

Проведенный анализ литературных источников показал, что в экономической литературе еще не существует единого определения конкурентоспособности предприятия, которое могло бы всесторонне отразить ее сущность как экономической категории.

Наиболее системно понятие конкурентоспособности трактуется И. М. Лифиц: «Конкурентоспособность – уровень преимущества или отставания фирмы, предприятия, организации по отношению к другим участникам-конкурентам на рынке внутри страны и за ее пределами, определяемый по таким параметрам, как технология, квалификация персонала, качество, политика сбыта и т. п.» [2].

Изучение показало, что вышеприведенное определение конкуренции не является универсальным и единственно верным.

Основные группы внутренних факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности предприятия, представлены в табл. 1 [8].

В современных условиях возрастает значимость решения проблемы оценки конкурентоспособности предприятий. Как показал анализ литературных источников, в настоящее время отсутствует общепринятая методика оценки конкурентоспособности предприятия.

Таблица 1. Классификация факторов конкурентоспособности

Группы факторов	Основные характеристики группы
1	2
Технико-технологическая	Включает факторы, характеризующие особенности применяемого производственного оборудования, предметов труда, состав и технологию выполняемых работ. Эта группа факторов является во многом определяющей, поскольку состояние и качество средств и предметов труда, степень их использования, уровень механизации и автоматизации производства, уровень экологичности технологий, уровень технологической новизны оборудования и техники, совершенство применяемых технологий напрямую влияют на операционную эффективность деятельности предприятия
Организационно-управленческая	Содержит факторы, приводящие в действие технико-технологическую подсистему благодаря организации производства и труда, подбору персонала, внедрению прогрессивной системы оплаты труда, автоматизации управления, применения системы менеджмента качества, экологического менеджмента и др.
Финансово-экономическая	Концентрирует в себе факторы функционирования предприятия с позиций эффективного распоряжения ресурсами, доходности и финансовой устойчивости, объемов инвестиций, экономической эффективности, рыночной стоимостью предприятия, соотношения собственного и заемного капитала

1	2
Социально-психологическая	Охватывает персонал предприятия, его образовательный уровень, организационную культуру, ценности, потребности и интересы работников. Необходимо поддерживать здоровый морально-психологический климат в коллективе, т. е. создавать нормальные условия труда и отдыха для развития потребностей в самовыражении и самоактуализации
Рыночная	Факторы данной группы включают открытость доступа к рынку ресурсов и новых технологий, уникальность свойств выпускаемых товаров, отлаженность каналов распределения производимой продукции и эффективность системы стимулирования ее сбыта, разнообразие сервисных схем послепродажного обслуживания
Природно-географическая	Существенно определяя ресурсный потенциал хозяйствующего субъекта либо масштабы его дефицитности, факторы данной группы заставляют предприятие соответствующим образом выстраивать свою логистическую структуру, постоянно совершенствовать технологию производства, оптимизировать транспортные схемы перевозок, снижать энергоемкость производства и т. д.
Экологическая	Состоит из целого комплекса сложных технических и организационных задач, обусловленных необходимостью повышения качества воды, воздуха, земли и т. п., без успешного решения которых невозможно рассчитывать на высокий статус конкурентоспособности
Отраслевая	Отражает внешние условия функционирования хозяйствующего субъекта, которые определяются потребностью в отраслевом товаре и его эксклюзивностью, наличием доступа к качественному сырью, конкурентоспособностью поставщиков, общим уровнем отраслевой концентрации, специализации и кооперирования, качеством информационной базы управления в отрасли, системой подготовки и повышения квалификации кадров, внедрением радикальных новшеств, долей экспорта наукоемкой продукции и т. д. Эти факторы служат базовой платформой деятельности хозяйствующих субъектов, предопределяя направления совершенствования техники, технологии, организации и управления производством на каждом предприятии
Нормативно-правовая	Отражает требования технической, экологической и иной (возможно, морально-этической) безопасности использования товара на данном рынке, а также патентно-правовые требования (патентной чистоты и патентной защиты)

В настоящее время разработано множество методов оценки конкурентоспособности предприятий, основные из которых можно классифицировать следующим образом [5, 6, 8] (табл. 2).

Таблица 2. Методы оценки конкурентоспособности предприятий

Название метода	Отличительные черты	Плюсы и минусы метода
1	2	3
1. Матричные методы: 1.1. Матрица БКГ; 1.2. Матрица Портера; 1.3. Матрица «Привлекательность рынка / конкурентоспособность (модель GE / McKinsey); 1.4. Матрица «Привлекательность отрасли / конкурентоспособность (модель Shell/DPM); 1.5. Матрица «Стадия развития рынка / конкурентная позиция (модель Hofer/Schendel); 1.6. Матрица «Стадия жизненного цикла продукции / конкурентная позиция (модель ADL/LC)	Оценка начинается с построения специальной матрицы в определенной системе координат: по оси абсцисс откладывают темпы роста или сокращения объемов продаж; по оси координат располагается относительная доля, которую предприятие занимает на рынке. Согласно данной методике самыми конкурентоспособными считаются те экономические субъекты, которые функционируют на рынке и занимают существенную его долю	<i>Плюсы:</i> обеспечивают высокую адекватность оценки. <i>Минусы:</i> не дают возможность провести анализ причин сложившейся ситуации, чем усложняют процесс разработки управленческих решений, кроме того, эти методы требуют наличия точной маркетинговой информации, а это сопряжено с необходимостью проведения таких исследований
2. Методы, которые основываются на процедуре оценивания конкурентоспособности производимого предприятием товара или оказываемой услуги	Ключевая идея таких методов в том, что конкурентоспособность предприятия и товара находятся в прямой зависимости, так как с ростом конкурентоспособности товара растет и конкурентоспособность предприятия. С целью определения конкурентоспособности товара могут быть использованы маркетинговые методы, большинство из них нацелено на соотношении цена – качество. При расчете показателя конкурентоспособности по каждому виду производимой продукции используются экономические и параметрические индексы конкурентоспособности	<i>Плюсы:</i> методы основываются на оценке одной из важнейших составляющих конкурентоспособности предприятия – это конкурентоспособность производимого товара или услуги. <i>Минусы:</i> не дают полного представления о сильных и слабых сторонах в деятельности предприятия, так как конкурентоспособность предприятия подменяется конкурентоспособностью товара и не включает прочие характеристики его деятельности

1	2	3
3. Методы, основанные на комплексном подходе к оценке конкурентоспособности предприятия	В соответствии с этой методикой принято считать, что конкурентоспособность предприятия – это величина интегральная по отношению к текущей конкурентоспособности и конкурентному потенциалу. В данном случае текущая и потенциальная конкурентоспособность и их соотношение в рамках интегрального показателя конкурентоспособности предприятия в зависимости от используемого метода могут отличаться	<i>Плюсы:</i> дают возможность учесть не только существующий уровень конкурентоспособности предприятия, а вместе с тем его будущую возможную динамику. <i>Минусы:</i> в ходе определения текущей и потенциальной конкурентоспособности используются методы, рассмотренные выше, следовательно, недостатки тех подходов переходят на эти

Апробируем следующий метод оценки конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия, в основе которого лежит оценка четырех групповых критериев:

- 1) показатели, характеризующие эффективность управления производственным процессом;
- 2) показатели, отражающие эффективность управления оборотными средствами;
- 3) показатели, позволяющие получить представление об эффективности управления сбытом и продвижением товара на рынке;
- 4) показатели конкурентоспособности продукции предприятия (табл. 3).

Таблица 3. Критерии и показатели конкурентоспособности предприятия (коэффициенты весомости, установленные экспертами)

Критерии и показатели конкурентоспособности		Роль показателя в оценке	Правило расчета показателя
1		2	3
1. Эффективность производственной деятельности предприятия (0,15)			
1.1	Издержки производства на единицу продукции, руб. (0,30)	Отражает эффективность затрат при выпуске продукции	Валовые издержки / объем выпуска продукции
1.2	Фондоотдача, тыс. руб. (0,20)	Характеризует эффективность использования основных производственных фондов	Объем выпуска продукции / среднегодовая стоимость основных фондов

1	2	3	4
1.3	Рентабельность товара, % (0,40)	Характеризует степень прибыльности производства товара	Прибыль от реализации / полная себестоимость * 100 %
1.4	Производительность труда, тыс. руб/чел. (0,10)	Отражает эффективность организации производства и использования рабочей силы	Объем выпуска продукции / среднесписочная численность работников
2. Финансовое положение предприятия (0,29)			
2.1	Коэффициент автономии (0,30)	Характеризует независимость предприятия от заемных источников	Собственные средства предприятия / сумма источников финансирования
2.2	Коэффициент платёжеспособности (0,20)	Отражает способность предприятия выполнять свои финансовые обязательства и измеряет вероятность банкротства	Собственный капитал / общие обязательства
2.3	Коэффициент абсолютной ликвидности (0,35)	Отражает качественный состав средств, являющихся источниками покрытия текущих обязательств	Денежные средства и быстро реализуемые ценные бумаги / краткосрочные обязательства
2.4	Коэффициент оборачиваемости оборотных средств (0,15)	Характеризует эффективность использования оборотных средств. Соответствует времени, в течение которого оборотные средства проходят все стадии производства и обращения	Выручка от реализации / среднегодовой остаток оборотных средств
3. Эффективность организации сбыта и продвижения товара (0,23)			
3.1	Рентабельность продаж, % (0,35)	Характеризует степень прибыльности работы предприятия на рынке	Прибыль от реализации / объем продаж*100 %
3.2	Коэффициент затоваренности готовой продукцией (0,30)	Отражает степень затоваренности готовой продукцией. Рост показателя свидетельствует о снижении спроса	Объем нереализованной продукции / объем продаж
3.3	Коэффициент загрузки производственной мощности (0,20)	Характеризует деловую активность предприятия, эффективность работы службы сбыта	Объем производства / производственные мощности
3.4	Коэффициент эффективности рекламы и средств стимулирования сбыта (0,15)	Отражает экономическую эффективность рекламы и средств стимулирования сбыта	Эффект от рекламы и стимулирования сбыта / Затраты на рекламу и стимулирование сбыта
4. Конкурентоспособность продукции (0,33)			
4.1	Качество продукции	Характеризует способность свойств продукции удовлетворять потребность потребителя	Экспертная или опросная оценка
4.2	Цена продукции	Отражает стоимость продукции в денежном выражении	Фактически сложившиеся на рынке

Расчет комплексного коэффициента конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия производится по формуле средней взвешенной арифметической:

$$\text{ККП} = 0,15 \text{ ЭП} + 0,29 \text{ ФП} + 0,23 \text{ ЭС} + 0,33 \text{ КП},$$

где ККП – коэффициент конкурентоспособности предприятия;

ЭП – значение критерия эффективности производственной деятельности предприятия;

ФП – значение критерия финансового положения предприятия;

ЭС – значение критерия эффективности организации сбыта и продвижения продукции на рынке;

КП – значение критерия конкурентоспособности продукции;

0,15; 0,29; 0,23; 0,33 – коэффициенты весомости показателей.

Аналогичные расчеты выполнены по групповым коэффициентам конкурентоспособности предприятия, коэффициенты весомости единичных коэффициентов конкурентоспособности приведены в табл. 3 (в скобках). Расчет единичных показателей конкурентоспособности предприятия и перевод показателей в относительные величины производился путем их сравнения с базовыми показателями. В качестве базовых показателей использованы среднеотраслевые показатели.

Следует отметить, что расчет единичного показателя конкурентоспособности продукции (зерна, мяса и молока – основной товарной продукции сельскохозяйственных предприятий) производится по шкалированию качества (отношение зачетного веса реализации к физическому весу) и цены продукции предприятия путем нахождения их произведения.

Апробация данной методики произведена на информации КСУП «Экспериментальная база «Натальевск» и ОАО «Рованичи» Червенского района, а также ОАО «Щомыслица» Минского района на рынке сельскохозяйственной продукции. Расчеты показали, что по сравнению с конкурентами КСУП «Экспериментальная база «Натальевск» значительно опережает по большинству показателей ОАО «Рованичи» Червенского района, но существенно уступает ОАО «Щомыслица» Минского района.

Конкурентный анализ и оценка конкурентоспособности предприятий позволила выработать КСУП «Экспериментальная база «Натальевск» основную конкурентную стратегию лидерства по издержкам. Ее использование позволит предприятию добиться за счет производства большого объема продукции существенного снижения затрат на ее

производство, что положительным образом скажется и на цене конечной продукции.

Для успешной реализации данной конкурентной стратегии предприятию следует выполнить следующие основные требования:

1) обеспечить достижение эффекта масштаба производства (в частности, за счет увеличения площадей обрабатываемых сельскохозяйственных земель);

2) повысить уровень специализации предприятия;

3) обеспечить оптимальное использование всех ресурсов сельскохозяйственного предприятия;

4) рост качества производимой продукции;

5) достижение технологического превосходства, что может быть обеспечено за счет внедрения цифровизации, современных энергосберегающих и ресурсосберегающих технологий производства, способствующих снижению затрат энергии, материалов и труда на единицу продукции.

Заключение. Таким образом, повысить конкурентоспособность сельскохозяйственного предприятия можно, выполнив три этапа: конкурентный анализ, оценка конкурентоспособности сельскохозяйственного предприятия, разработка и реализация конкурентной стратегии. Предлагаемый подход к оценке конкурентоспособности позволит сельскохозяйственным предприятиям проводить мониторинг их конкурентоспособности и своевременно корректировать конкурентную стратегию с целью получения более высоких результатов хозяйственной деятельности.

ЛИТЕРАТУРА

1. Александров, Н. Н. Конкуренция и конкурентоспособность: содержание понятий и история их становления / Н. Н. Александров, В. Д. Козлов, Д. В. Крючков. – Н. Новгород : Изд-во Волго-Вят. акад. гос. службы, 2004. – 167 с.

2. Лифиц, И. М. Конкурентоспособность товаров и услуг: учеб. пособие / И. М. Лифиц. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Изд-во Юрайт, 2023. – 408 с.

3. Сайганов, А. С. Механизм повышения конкурентоспособности продукции на мясоперерабатывающих предприятиях АПК / А. С. Сайганов, И. Н. Шафранский. – Горки: Белорус. гос. с.-х. акад., 2019. – 332 с.

4. Словарь экономических терминов. Буквы К–Л. 2013 // Электронная библиотека. Экономика. – URL: <http://economylit.online/raboty-i-obschie/slovar-ekonomicheskikh-terminov246.html> (дата обращения: 09.10.2023).

5. Третьякова, В. А. Методы оценки конкурентоспособности наукоемкого предприятия / В. А. Третьякова, О. В. Лебедева // Фундаментальные исследования. – 2021. – № 2. – С. 72–77. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=42968> (дата обращения: 20.10.2023).

6. Ферару, Г. С. Конкурентоспособность компаний и влияющие на нее факторы / Г. С. Ферару, Д. Г. Плаксина // Современные технологии управления. – 2012. – № 12 (24). – URL: <https://sovman.ru/article/2415/> (дата обращения: 24.09.2023).

7. Философова, Т. Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность : учеб. пособие / Т. Г. Философова, В. А. Быков; под ред. Т. Г. Философовой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 295 с.

8. Юданов, А. Ю. Конкуренция: теория и практика: учеб. пособие / А. Ю. Юданов. – М.: Тандем, 2014. – 457 с.

УДК 621.427

АККУМУЛЯЦИЯ ЕСТЕСТВЕННОГО ХОЛОДА ДЛЯ ХРАНЕНИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРОДУКТОВ

Яхшибоев Ш. К., канд. техн. наук, доцент

Садыков Ж. Д., ст. преподаватель

Хидиров М. М., преподаватель

Каршинский инженерно-экономический институт,

Карши, Республика Узбекистан

Ключевые слова: аккумуляция, естественный холод, пассивная система, сельскохозяйственная продукция.

Аннотация. В работе рассматривается вопрос охлаждения грунтового массива с пассивными системами аккумуляции естественного холода для хранения сельскохозяйственной продукции.

ACCUMULATION OF NATURAL COLD FOR STORING AGRICULTURAL PRODUCTS

Yakhshiboev Sh. K., Ph.D., associate professor

Sadykov Zh. D., senior lecturer

Khidirov M. M., lecturer

Karshi Engineering and Economic Institute,

Karshi, Republic of Uzbekistan

Keywords: accumulation, natural cold, passive system, agricultural products.

Summary. The paper deals with the issue of cooling a soil massif with passive systems for accumulating natural cold for storing agricultural products.

Введение. Для длительного хранения сельскохозяйственной продукции в хранилищах обычного типа необходимо поддержание