

УДК 658.56+664.144

Поступила в редакцию 08.04.2019
Received 08.04.2019**Е.М. Моргунова¹, С.А. Кондратенко², С.Е. Томашевич¹, А.Н. Моргунов³**¹*РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию»,
г. Минск, Республика Беларусь*²*РУП «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси»,
г. Минск, Республика Беларусь*³*Учреждение образования «Могилевский государственный университет
продовольствия», г. Могилев, Республика Беларусь*

МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПИЩЕВЫХ ПРОДУКТОВ С УЛУЧШЕННЫМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ

Аннотация: Учитывая актуальность обеспечения дальнейшего конкурентного развития отечественных отраслей пищевой промышленности, насыщения внутреннего потребительского рынка продукцией высокого качества, доступной для всех категорий населения, разработаны концептуальные подходы по созданию, продвижению и оценке конкурентного потенциала пищевых продуктов с улучшенными потребительскими характеристиками. Предложена методология комплексной оценки конкурентного потенциала продуктов питания, основанная на анализе совокупности критериев качества, включая питательную ценность продукта, органолептические свойства, функциональную эффективность, широту ассортимента, полноту информации для потребителя на упаковке. Разработанная методология апробирована на примере такого сегмента продуктов детского питания, как растворимое печенье.

Ключевые слова: пищевые продукты, детское питание, растворимое печенье, конкурентоспособность, критерии, цена, качество, потребительские характеристики, функциональность, частные, интегральные и комплексный показатели, конкурентный потенциал

A.M. Margunova¹, S.A. Kondratenko², S.E. Tamashevich¹, A.N. Margunov³¹*RUE «Scientific and Practical Center for Foodstuffs of the National
Academy of Sciences of Belarus», Minsk, Republic of Belarus*²*RUE «Institute for the Meat and Dairy Industry», Minsk, Republic of Belarus*³*Educational institution «Mogilev state University of food», Mogilev, Republic of Belarus*

METHODOLOGY FOR ASSESSING COMPETITIVE POTENTIAL OF FOOD PRODUCTS WITH IMPROVED CONSUMER CHARACTERISTICS

Abstract: Conceptual approaches have been developed to create, promote and evaluate the competitive potential of food products with improved consumer characteristics taking into account the urgency of ensuring the further competitive development of domestic food industries, saturating the domestic consumer market with high-quality products available to all categories of the population. Quality criteria have been proposed and tested, including the nutritional value of the product, organoleptic properties, functional efficiency, breadth of assortment, completeness of information for consumers on packaging. The approach provides the possibility of developing a methodology for assessing competitiveness in relation to food products of the new generation, obtained through the use of modern knowledge in genomics, proteomics, nutrimentalomics and other sciences.

Keywords: food products, baby food, soluble biscuits, competitiveness, criteria, price, quality, consumer characteristics, functionality, private, integral and integrated indicators, competitive potential

В решении задач национального агропродовольственного комплекса Республики Беларусь по насыщению внутреннего рынка отечественными продуктами питания высокого качества и реализации экспортного потенциала, важнейшая роль принадлежит отраслям и предприятиям перерабатывающей промышленности. В соответствии с основными положениями действующей Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития до 2030 года в отношении пищевой промышленности предусмотрены следующие ориентиры развития:

- ♦ дальнейший рост промышленного производства на основе совершенствования применяемых технологий (ресурсосберегающих и безотходных), внедрения инноваций, снижения импортоемкости продукции;
- ♦ повышение конкурентоспособности, наращивание и повышение эффективности реализации экспортного потенциала отраслей пищевой промышленности;
- ♦ обеспечение роста производительности труда по добавленной стоимости и других показателей эффективности в отраслях до уровня Европейского союза и др. [1].

Анализ сложившейся практики показывает, что конкурентные преимущества предприятий перерабатывающей промышленности создаются и усиливаются в тесной связи с социально-экономическими условиями развития национального АПК. Это объективно предполагает последовательное и целенаправленное изучение и выделение наиболее приоритетных и значимых производственно-экономических факторов формирования и развития потенциала предприятий пищевой промышленности с учетом действующих в стране рычагов государственного регулирования агропродовольственного производства и направленного создания условий и стимулов интенсивного формирования и укрепления конкурентоспособности предприятий.

Одним из направлений повышения эффективности использования потенциала перерабатывающей промышленности является разработка и внедрение научно-обоснованной методологии анализа, оценки и прогнозирования конкурентоспособности товаропроизводителей и отдельных видов продукции, учитывающей динамичное развитие технологий, свойств продукции и потребительских предпочтений.

Методология исследования. Установлено, что в условиях высокой насыщенности рынка продовольственных товаров, превышения на них предложения над спросом каждый товар и стоящий за ним товаропроизводитель вынужден вести жесткую борьбу за потребителя. Множество товаров одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности покупателя на равных или незначительно варьирующихся ценовых условиях. В этой ситуации предпочтение потребителя отдается товару, который определяется как конкурентоспособный.

При этом следует учитывать ряд методологических положений, включая следующие:

- ♦ объективная оценка конкурентоспособности продукции может быть выполнена только на свободном рынке;
- ♦ должны наиболее полно учитываться потребительские свойства товара, в особенности в отношении функциональных продуктов питания;
- ♦ конкурентоспособность товара является рыночным проявлением (выражением) конкурентоспособности товаропроизводителя, результативным критерием его работы по формированию конкурентных преимуществ, адаптивности к внешним условиям;
- ♦ конкурентоспособность товаров должна рассматриваться как динамическая характеристика, корректироваться в рамках жизненного цикла товара;
- ♦ конкурентоспособность товаропроизводителя определяется как экономическими, технологическими и другими параметрами, так и долей на рынке;
- ♦ оценка конкурентоспособности товаров и товаропроизводителей на рынке должна учитывать эффективность платежеспособного спроса населения;
- ♦ конкурентоспособность может быть выявлена только в результате сравнения товаров и является относительной характеристикой;
- ♦ конкурентоспособность выражает различие сравниваемых товаров-конкурентов по степени соответствия требованиям, существующим на рынке [2–6].

На основе проведенного анализа существующих подходов конкурентоспособность можно представить как комплексную многоаспектную характеристику товара, определяющую его предпочтение на рынке по сравнению с аналогичными изделиями-конкурентами как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение, которое

обеспечивает возможность реализации этого товара в определенный момент времени на конкретном рынке.

М. Портер выделял два вида конкурентных преимуществ: более низкие издержки и дифференциация товаров. как способность удовлетворять особые потребности и получать за это более высокую цену, предлагая покупателю товары более высокого качества либо с другими параметрами, превосходящими продукцию конкурентов. Также М. Портер выделил детерминанты конкурентного преимущества предприятия в целом. К ним относятся конкурентная стратегия предприятия, факторы производства, конъюнктура рынка и состояние спроса, деятельность конкурентов и поставщиков [7]. Таким образом, конкурентоспособность продукта подтверждается на рынке покупателем. Чтобы потребитель приобрел товар, необходимы следующие условия: соответствие товара потребностям покупателя; доступная цена. Покупатель оценивает, с одной стороны, полезный эффект от использования данного продукта, а с другой, – свои затраты на него. Это обстоятельство и определяет структуру конкурентоспособности продукции.

Анализируя существующие методические подходы к оценке конкурентоспособности продуктов питания, следует признать наличие их неоднородности и различной целевой направленности:

а) основывающиеся на критериях сравнительной эффективности производства продукции, как определяющих наличие конкурентных преимуществ;

б) предусматривающие сравнительный анализ совокупности значений показателей качества (потребительских свойств) и экономических показателей оцениваемой продукции с их базовыми значениями [2]. При этом в качестве базы сравнения могут выступать следующие показатели конкурирующего товара:

- ♦ степень удовлетворения потребностей потребителя;
- ♦ нормативные показатели качества;
- ♦ технологические показатели конкурентного товара; показатели качества гипотетического (идеального) образца;
- ♦ качественные характеристики образцов другой группы товаров, близкие по свойствам к данному изделию;
- ♦ эффективность лучшего образца продукции на рынке;

в) характеризующие конкурентоспособность товаропроизводителя и товара с позиций внешнеэкономической деятельности в тесной связи с качеством экспортной продукции;

г) отождествляющие понятия и критерии качества и конкурентоспособности. Например, российский академик А.Н. Романов [2] пишет, что «конкурентоспособность и качество – концентрированное выражение всей совокупности возможностей страны, любого производителя создавать, выпускать и сбывать товары и услуги. Конкурентоспособность товара определяется совокупностью свойств, которые представляют несомненный интерес для данного покупателя и обеспечивают удовлетворение данной потребности, а прочие характеристики во внимание не принимаются».

При оценке конкурентоспособности товара или товаропроизводителя могут использоваться дифференциальный, комплексный, интегральный и смешанный методы. Рассмотрим отличительные особенности этих методов оценок конкурентоспособности.

Дифференциальный метод оценки конкурентоспособности основан на сопоставлении отдельных (единичных) значений показателей качества исследуемого товара и значений базы сравнения и установление их соотношения. Если за значение базы сравнения принимается степень удовлетворения потребностей потребителя, то расчет единичного показателя конкурентоспособности производится по формуле (1):

$$KT_{1ji} = \frac{P_{ji}}{P_{баз.i}}, \quad (1)$$

где KT_{1ji} – коэффициент удовлетворения потребности потребителя по i -му параметру j -продукции ($i = 1, 2, \dots, n$); P_{ji} – значение i -го параметра показателя потребительских характеристик по оцениваемому j -виду продукции; $P_{баз.i}$ – значение i -го параметра показателя потребительских характеристик по базе оценки (виду продукции) с оптимальным значением.

Комплексные методы оценки конкурентоспособности основываются на применении комплексных показателей, состоящих из отдельных частных показателей по тем или иным параметрам (технологическим или экономическим).

Утверждаем, что товар, не соответствующий нормативно-технологической документации, не подлежит реализации на рынке. Это означает, что коэффициент соответствия пищевой продукции нормативным параметрам качества и безопасности, т.е. KH_{ji} всегда будет равен 1.

Расчет комплексного показателя по технологическим параметрам (кроме нормативных) производится по формуле (2):

$$KT_j = \sum_{i=1}^n KT_{ji} * d_{ji}, \quad (2)$$

где KT_j – комплексный показатель конкурентоспособности по совокупности технологических параметров по оцениваемому j -виду продукции; KT_{ji} – единичный показатель конкурентоспособности по i -му технологическому параметру по оцениваемому j -виду продукции; d_{ji} – значимость i -го параметра в совокупности технологических характеристик по оцениваемому j -виду продукции.

Частный показатель конкурентоспособности по технологическим параметрам KT_{ji} оценивается на основе сравнения с базовой характеристикой по формуле (3):

$$KT_{ji} = \frac{T_{ji}}{T_{баз.i}}, \quad (3)$$

где T_{ji} – значение i -го технологического параметра по оцениваемому виду продукции по оцениваемому j -виду продукции; $T_{баз.i}$ – значение i -го технологического параметра по базе сравнения (виду продукции).

Расчет комплексного показателя конкурентоспособности по экономическим параметрам $KЭ_j$ производится по формуле (4):

$$KЭ_j = \frac{З_j}{З_{баз.}}, \quad (4)$$

где $З_j$ и $З_{баз.}$ – полные затраты потребителя на покупку и потребление продукции по оцениваемому j -виду продукции и базовому.

Интегральные методы оценки базируются на одновременном учете комплексных технологических, нормативных и экономических показателей в интегральном показателе конкурентоспособности KI_j , формула (5):

$$KI_j = \frac{KH_j \cdot KT_j}{KЭ_j}, \quad (5)$$

где KI_j – интегральный показатель конкурентоспособности исследуемого j -виду продукции по отношению к базовому товару; при $KI_j < 1$, оцениваемый продукт уступает базовому образцу по конкурентоспособности, при $KI_j > 1$ – превосходит.

Нами предлагается использовать преимущества указанных подходов и применить их при оценке конкурентоспособности сложного объекта – продукта детского питания с улучшенными потребительскими свойствами, обеспечивая наиболее объективное выявление конкурентных преимуществ на основе системы частных качественных и ценовых характеристик.

Результаты исследования. В качестве объекта анализа выбран продукт детского питания, что связано с особой актуальностью выработки направлений и мер по повышению обеспеченности детей основными продуктами питания, а также мер по повышению доступности пищевых продуктов для целевых групп [10].

Результаты анализа свидетельствуют о том, что на внутреннем рынке Республики Беларусь представлен широкий ассортимент продуктов детского питания отечественных и зарубежных производителей. Выпуская всю необходимую линейку продуктов, отечественные товаропроизводители имеют значимые конкурентные преимущества по цене, а в некоторых сегментах (мясные консервы, фруктовые пюре, каши) – более широкий ассортимент по сравнению с конкурентами [9].

Объем производства в Республике Беларусь сухого детского питания на молочной основе в 2017 г. составил 5881 т, молока – 9852 т, кисломолочных продуктов, не содержащих вкусоароматических добавок – 4006 т, мясных консервов – 1489 т, плодоовощных и фруктовых консервов (пюре для детского питания) – 5034 т, соков – 3491 т, питания детского прочего (нектары, морсы и др.) –

5932 т [8], печенья для детского питания (растворимого, сахарного, затыжного) – 92,9 т. Прирост производства отмечен практически по всем позициям.

Вместе с тем, на сегмент рынка детского питания оказывают влияние следующие сдерживающие факторы:

- ♦ значимой является доля импортных продуктов детского питания в розничной торговле, в 2018 г. – 31,3 %;
- ♦ остается недостаточной экономической доступность продуктов. По результатам мониторинга в 2017 г. установлено, что стоимость рациона в месяц для ребенка до 3-х лет при 50 %-й доле в нем продуктов детского питания составляла 236 руб., что соответствует достаточному уровню среднедушевого дохода семьи – более 560 руб. Располагает таким доходом менее 25 % населения, в том числе менее 18 %, проживающих в сельской местности [8–9];
- ♦ потребление детского питания не прирастает, а по многим позициям сокращается. Если в 2014 г. объем покупки в расчете на одно домашнее хозяйство каш для детского и диетического питания составлял 0,5 кг, то в 2018 г. – 0,4, консервов мясных – 0,4 и 0,2, овощных – 0,2 и 0,1, фруктовых – 1,1 и 0,7 кг соответственно.

Наличие указанных тенденций требует обоснования направлений и мер по обеспечению устойчивого развития национального рынка детского питания, повышению доступности отечественных продуктов для населения, стимулированию потребления продуктов высокого качества, в первую очередь на основе усиления конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

Установлено, что к продуктам детского питания предъявляются особые требования по составу [11–12], поскольку рациональное питание и обеспечение детского организма всеми необходимыми макро- и микроэлементами в соответствии с возрастными потребностями обеспечивает формирование здорового поколения. К продуктам детского питания на зерновой основе относится растворимое печенье [13].

Растворимое печенье – продукт прикорма, оно легко растворяется в молоке, воде или соке, превращаясь при этом гетерогенную массу, которой можно прикармливать детей из бутылочки или ложечки с 4–6 мес. жизни. Начиная с девятимесячного возраста печенье можно давать ребенку без предварительного растворения. Своевременное введение прикорма способствует формированию у ребенка жевательного аппарата и адекватных вкусовых привычек [13]. К растворимому печенье для детского питания предъявляются жесткие требования по пищевой и энергетической ценности, а также к показателям безопасности [11, 14].

В настоящее время на белорусском рынке представлен достаточно широкий ассортимент растворимого печенья производства Республики Беларусь, и особенно России, стран Европы. Поскольку ранее в Беларуси не был достигнут запланированный уровень импорта, установленный программой социально-экономического развития на 2011–2015 гг. (не более 16–17 %), актуальной на сегодняшний день является проблема увеличения доли отечественных товаров в розничном товарообороте торговли [15].

С целью повышения конкурентоспособности белорусского растворимого печенья проведен сравнительный анализ качества продукции отечественного и импортного изготовления (объектом исследований выбраны образцы растворимого печенья, присутствующие на белорусском рынке, без фруктовых, овощных, злаковых добавлений и какао-продуктов). Ассортимент и цены на товары представлены по данным за март 2018 г. [16]. Среди исследуемых образцов – разработанное в РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» растворимое печенье ТМ «Знайка-зазнайка», изготавливаемое фабрикой «Слодыч» [17].

В процессе исследований оценивались следующие объекты конкурентоспособности:

- ♦ печенье растворимое «Знайка-зазнайка» предназначенное для питания детей дошкольного и школьного возраста (ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч», Беларусь, г. Минск), цена в пересчете на 100 г – 0,62 руб.;
- ♦ печенье растворимое «Зоо» предназначенное для питания детей дошкольного и школьного возраста (ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч», Беларусь, г. Минск), цена в пересчете на 100 г – 0,87 руб.;
- ♦ печенье растворимое для детского питания «Малышок» классическое (ООО «Кондитерская фабрика «Конфи», Россия, г. Екатеринбург), цена в пересчете на 100 г – 1,00 руб.;
- ♦ печенье растворимое для детского питания «Малышок» обогащенное кальцием (ООО «Кондитерская фабрика «Конфи», Россия, г. Екатеринбург), цена в пересчете на 100 г – 1,00 руб.;

- ♦ печенье растворимое для детского питания «Малышок» обогащенное железом (ООО «Кондитерская фабрика «Конфи», Россия, г. Екатеринбург), цена в пересчете на 100 г – 1,00 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Чипа» – экстрамалышок классическое (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 1,34 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Чипа» – экстрамалышок йодосодержащее (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 1,34 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Чипа» – экстрамалышок обогащенное железом (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 1,34 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Бонди Бегемотик» обогащенное кальцием (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 0,85 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Бонди Бегемотик» обогащенное железом (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 0,85 руб.;
- ♦ печенье растворимое для питания детей раннего возраста «Бонди Бегемотик» обогащенное йодом (ООО «КВД Минусинск», Россия, г. Минусинск), цена в пересчете на 100 г – 0,85 руб.;
- ♦ продукт детского питания для детей раннего возраста, продукт прикорма, органический продукт, растворимое детское печенье «Fleur Alpine» «Organic. Натуральное» для питания детей старше 6 мес. (С.Р.У. Сorthouts, Бельгия, г. Диеэст), цена в пересчете на 100 г – 4,68 руб.;
- ♦ продукт детского питания для детей раннего возраста, продукт прикорма растворимое печенье HEINZ «Детское печенье» (Heinz Italia S.p.A., Италия, г. Борго Граппа), цена в пересчете на 100 г – 2,73 руб.;
- ♦ детское растворимое печенье «Babi Premium»: «Бебики» обогащенное витаминами и минералами, с 6 мес. («Quality Food Group», Италия, г. Мартигнакко), цена в пересчете на 100 г – 3,00 руб.;
- ♦ продукт детского питания для детей раннего возраста, продукт прикорма, растворимое печенье Semper «Детское печенье Ванильное Natur Balance» (Dessbo Sweet & Biskuit GmbH, Германия), цена в пересчете на 100 г – 4,38 руб.;
- ♦ растворимое печенье «Nipp» для детей 6-го месяца (старше 5-ти мес.) («MidorAG», Швейцария, г. Мейлен), цена в пересчете на 100 г – 4,35 руб.

В качестве частных характеристик товара рассматривались следующие параметры:

- ♦ цена единицы продукции (рыночная оценка);
- ♦ широта ассортимента в сегменте растворимого печенья без добавлений (экспертная оценка);
- ♦ питательная ценность продукта по калорийности, содержанию добавленного сахара и жира в физической оценке (по данным производителя);
- ♦ эргономические (органолептические) характеристики продукции (потребительская оценка). Учитывается вкус, запах, форма, поверхность, вид в изломе, цвет, растворимость, привлекательность упаковки товара. Специально разработана таблица со словесным описанием всех показателей и 5-балльная шкала их оценки [16]. Комплексный показатель качества представляет собой сумму произведений средних оценок единичных показателей на соответствующие коэффициенты весомости показателей (растворимость – 0,22; вкус – 0,20; запах – 0,17; вид в изломе – 0,14; цвет – 0,11; поверхность – 0,08; форма – 0,05, привлекательность упаковки – 0,03) [16];
- ♦ функциональная эффективность продукта, выраженная в содержании витаминов, минеральных веществ, пищевых волокон/пребиотиков, рекомендуемый возраст для введения в рацион (опытная оценка);
- ♦ полнота информации на упаковке продукции (экспертная оценка) согласно требованиям [18–20]: наименование пищевой продукции, наименование и место нахождения изготовителя, торговый знак (при наличии), количество, состав, показатели пищевой ценности, рекомендации по использованию, условия хранения, сроки годности, дата изготовления, обозначение ТНПА, штриховой идентификационный код, сведения об отсутствии компонентов, полученных с применением ГМО, которые запрещены при производстве продукции для детского питания согласно [11, 14] (далее – сведения о наличии ГМО), наименование и местонахождение упаковщика и импортера (при необходимости), знак ЕАС.

Результаты анализа конкурентоспособности растворимого печенья детского отечественного и импортного производства, представленного в розничной торговле на внутреннем рынке Беларуси, приведены в табл. 1.

Таблица 1. Показатели ценовой и качественной конкурентоспособности растворимого печенья для детского питания, представленного на внутреннем рынке Республики Беларусь (по данным 2018 г.)
 Table 1. Indicators of price and quality competitiveness of soluble biscuits for baby food in the domestic market of The Republic of Belarus

Наименование образа, производитель, страна производства	Индекс цены	Индекс широты ассортимента	Индекс питательной цен- ности			Индекс пол- ноты инфор- мации	Индекс органолептиче- ских характеристик	Индекс фун- кциональной эффектив- ности	Индекс ка- чества про- дукции (ком- плексный)	Интегральный показатель конкурентос- пособности продукции (итоговый)
			общий	по жиру	по сахару					
1) «Знайка-зажайка» («Слодыч», Беларусь)	0,33	Фабрики «Слодыч»: 0,13	0,98	0,37	0,86	0,92	0,97	0,25	0,491	1,487
2) «Зоо» («Слодыч», Беларусь)	0,46		0,98	0,37	0,86	0,92	0,93	0,25	0,486	1,058
3) «Малышок» классическое («Конфи», Россия)	0,53	Фабрики «Конфи»: 0,19	1	0,44	0,84	1	0,93	0,50	0,616	1,161
4) «Малышок» обогащенное кальцием	0,53		1	0,44	0,84	1	0,93	0,50	0,616	1,161
5) «Малышок» обогащенное железом («Конфи», Россия)	0,53		1	0,44	0,84	1	0,93	0,50	0,616	1,161
6) «Чипа» – экстра-ма- лышок классическое («КВД Минусинск», Россия)	0,71	Фабрики «КВД Минусинск»: 0,38	0,98	0,41	0,84	0,92	0,94	0,75	0,753	1,060
7) «Чипа» – экстра-ма- лышок йодосодер-жащее («КВД Минусинск», Россия)	0,71		0,98	0,41	0,84	0,92	0,94	0,75	0,753	1,060
8) «Чипа» – экстрамалы- шок обогащенное желе- зом («КВД Минусинск», Россия)	0,71		0,98	0,41	0,84	0,92	0,94	0,75	0,753	1,060
9) «Бонди Бегемотик» обогащенное кальцием («КВД Минусинск», Россия)	0,45		0,98	0,41	0,84	1	0,99	0,75	0,773	1,718
10) «Бонди Бегемотик» обогащенное железом («КВД Минусинск», Россия)	0,45		0,98	0,41	0,84	1	0,99	0,75	0,773	1,718

11) «Бонди Бегемотик» обогащенное йодом («КВД Минусинск», Россия)	0,45		0,98	0,41	0,84	1	0,99	0,75	0,773	1,718
12) «Fleur Alpine» натуральное (С. R. V. Corthouts, Бельгия)	2,48	Фабрики «С. R. V. Corthouts»: 0,06	1	0,44	1,07	0,92	0,79	1	0,534	0,216
13) «HEINZ» (Heinz Italia S.p.A., Италия)	1,45	Фабрики «Heinz Italia»: 0,06	1,02	0,31	0,80	1	1	0,75	0,540	0,372
14) «Бевики» («Quality Food Group», Италия)	1,59	Фабрики «Quality Food Group»: 0,06	0,98	0,41	0,84	1	0,85	0,75	0,519	0,326
15) «Semper» (Dessbo Sweet & Biskuit GmbH, Германия)	2,32	Фабрики «Dessbo Sweet & Biskuit»: 0,06	1,06	0,41	0,43	1	0,76	1	0,546	0,235
16) «Hipp» («MidorAG», Швейцария)	2,30	Фабрики «MidorAG»: 0,06	1,06	0,47	0,84	0,92	0,98	1	0,565	0,245

Выявлены следующие сравнительные характеристики товаров:

- ♦ средняя цена на растворимое печенье, представленное в розничной торговле, составляет 1,88 руб. за 100 г. *Индекс цены (ИЦ)* отечественного печенья наименьший по сравнению с импортными образцами (по продукции фабрики «Слодыч» составляет 0,33–0,46), что обуславливает его более высокую конкурентоспособность. Индекс цены российской продукции составляет 0,45–0,71, продукции из стран Европы (Бельгии, Италии, Германии, Швейцарии) – 1,45–2,48;

- ♦ *индекс широты ассортимента (ИА)* максимальный у российской фабрики «КВД Минусинск» (0,38). У отечественного представителя – фабрики «Слодыч» – 0,13. Доля ассортимента других участников рынка растворимого печенья без добавлений находится в пределах (0,06–0,19). Следует отметить, что печенье торговых марок Бебики, Fleur Alpine, Heinz, Semper представлено на рынке в достаточно широком ассортименте в группе с различными добавлениями (до 6–8 наименований, в том числе «без глютена», «с какао», «6 злаков», «овсяное», «с яблоком» и т.п.). Фабрика «Слодыч» также изготавливает растворимое печенье «Знайка-зазнайка»: морковное, яблоко+тыква. Кроме того, в январе 2019 г. впервые в стране ОАО «Кондитерская фабрика «Слодыч» начала производство детского растворимого печенья «Лапушка» для питания детей раннего возраста (от 6 мес.) в ассортименте двух видов: классическое и яблоко+тыква;

- ♦ при расчете *индекса питательной ценности (ИП)* нами учитывалось, что в растворимом печенье, согласно [19], ограничивается массовая доля общего сахара (не более 27,0 % в пересчете на сухое вещество) и массовая доля жира (не более 27,0 % в пересчете на сухое вещество). Данные параметры были приняты за базисные. Что касается калорийности, то наиболее близким аналогом к растворимому печенью является затыжное, средняя энергетическая ценность 100 г которого (согласно [21]) составляет 481 ккал. Индекс питательной ценности (по калорийности) 100 г растворимого печенья практически всех изготовителей составляет 0,98–1,02 (за исключением образцов № 15 «Semper» и № 16 «Nipp», у которых ИП составляет 1,06). Наименьшее содержание жира отмечено у образца № 13 «Heinz» (ИП по жиру составляет 0,31) и у образцов № 1–2 фабрики «Слодыч» (ИП по жиру составляет 0,37); наименьшее содержание сахара – у образца № 15 «Semper» (ИП по сахару составляет 0,43), в то время как у остальных образцов данный показатель достаточно велик и достигает 0,84–1,07;

- ♦ *индекс эргономических (органолептических) показателей (ИО)* на максимальном уровне – 4,09 балла – отмечен по продукции «Heinz» (Италия) (принят за базу оценки). Установлено, что по индексу эргономических (органолептических) показателей образцы № 1 «Знайка-зазнайка» (Беларусь), № 16 «Nipp» (Швейцария), № 9–11 «Бегемотик Бонди» (Россия) практически не уступают эталону (их ИО соответственно равен 0,97; 0,98; 0,99). Для оставшихся образцов этот показатель составляет от 0,76 до 0,94. Наименьшие индексы эргономических (органолептических) показателей у образцов № 15 «Semper» (имеет плотную структуру), № 12 «Fleur Alpine» (неэстетичная шероховатая поверхность) и № 14 «Бебики» (печенье имеет не свойственный цвет с серым оттенком);

- ♦ анализ результатов оценки *по функциональной эффективности (ИФ)* показал, что все показатели (содержание витаминов, минеральных веществ, пищевых волокон/пребиотиков, рекомендуемый возраст для введения в рацион) имеются в маркировке образцов № 12 «Fleur Alpine», № 15 «Semper» и № 16 «Nipp» (ИФ=1). Наименьший индекс конкурентоспособности по функциональной эффективности отмечен у белорусского растворимого печенья № 1–2 (составляет 0,25). У оставшихся импортных образцов индекс составляет от 0,50 до 0,75;

- ♦ результаты оценки *полноты маркировки (ИР)* образцов растворимого печенья показали, что все 15 компонентов, указанные в [18–20], не присутствуют на упаковке ни одного исследуемого образца. В основном, в маркировке отсутствуют сведения о ТНПА, по которому изготовлено печенье, упаковщик и товарный знак (не обязательные реквизиты). За эталонный образец принято итальянское печенье «Heinz» (№ 13), на упаковке которого указано 13 из 15 реквизитов. Индексы полноты маркировки оставшихся образцов составляют 0,92–1,00.

Наибольшей конкурентоспособностью по интегральному показателю характеризуется продукция: «Бонди Бегемотик» («КВД Минусинск», Россия) (1,718), «Знайка-зазнайка» («Слодыч», Беларусь) (1,487), «Малышок» классическое («Конфи», Россия) (1,161), «Чипа» – экстремалышок классическое («КВД Минусинск», Россия) (1,060), «Зоо» («Слодыч», Беларусь) (1,058).

Заключение. В ходе проведенных исследований на основе общей методологии оценки конкурентоспособности продовольственных товаров разработан методический подход, предусматривающий

анализ продукции по совокупности частных параметров (критериев): цена единицы продукции; широта ассортимента; питательная ценность; эргономические (органолептические) характеристики; функциональная эффективность; полнота информации на упаковке. Данный анализ может быть дополнен другими показателями, например индексом надежности (при наличии медико-биологических экспертиз), показателем социальной значимости и т.д. Предусмотрен расчет комплексных показателей ценовой, качественной конкурентоспособности, а также интегрального показателя конкурентоспособности.

Выполнена апробация разработанных подходов при оценке конкурентоспособности детского растворимого печенья отечественного и импортного производства, представленного в розничной торговле. Выявлены продукты, характеризующиеся наибольшей конкурентоспособностью по интегральному показателю («Бонди Бегемотик» («КВД Минусинск», Россия), «Знайка-ззнайка» («Слодыч», Беларусь), «Малышок» классическое («Конфи», Россия), «Чипа» – экстремалышок классическое («КВД Минусинск», Россия), «Зоо» («Слодыч», Беларусь).

Установлено, что практическое применение предложенного методического подхода обеспечивает объективную оценку конкурентных преимуществ товаропроизводителей и продуктов в конкретном продуктовом сегменте, а также дает возможность разработать рекомендации по повышению конкурентоспособности отечественных товаропроизводителей.

Список использованных источников

1. Национальная стратегия устойчивого социально экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года (Одобрена протоколом заседания Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 2 мая 2017 г. № 10) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Министерства экономики республики Беларусь. – Минск, 2017. – Режим доступа: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitiya-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf>. – Дата доступа: 12.02.2019.
2. Гончарова, С. Экономические аспекты формирования рынка молочной продукции Беларуси / С. Гончарова // Агроэкономика. – 2002. – № 8. – 38 с.
3. Завьялов, П.И. Промышленная политика государства как средство активного воздействия на конкурентоспособность / П.И. Завьялов // Маркетинг: методы, формы исследования. – 1996. – № 4. – 24 с.
4. Фатхутдинов, Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара / Р.А. Фатхутдинов. – М.: АО Бизнес-школа «Интер-Синтез», 1995. – 55 с.
5. Дурович, А.П. Конкурентоспособность товаров в системе маркетинга / А.П. Дурович. – Минск.: БГЭУ, 1993. – 58 с.
6. Жудро, Н.В. Организационно-экономические основы повышения конкурентоспособности молочной продукции: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05: 21.01.2000: 17.05.2000 / Н.В. Жудро. – Минск, 1999. – 99 л.
7. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2011. – 453 с.
8. Продовольственная безопасность Республики Беларусь. Мониторинг-2017: в контексте устойчивого функционирования АПК / В.Г. Гусаков [и др.]. – Минск: Институт системных исследований в АПК НАН Беларуси, 2018. – 295 с.
9. Тенденции обеспеченности продуктами детского питания в Республике Беларусь / А.П. Шпак [и др.] // Белорусский экономический журнал. – 2018. – № 2. – С. 66–81.
10. Концепция государственной политики в области здорового питания населения Республики Беларусь на период до 2020 года [Электронный ресурс] / РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию». – Минск, 2015. – Режим доступа: <http://www.new.belproduct.com/assets/files/conception.pdf>. – Дата доступа: 05.04.2019.
11. О безопасности пищевой продукции: Технический Регламент Таможенного Союза ТР ТС 021/2011. – Введ. 01.07.2013. – Минск: БелГИСС, 2012. – 196 с.

12. Требования для организаций, осуществляющих производство пищевой продукции для детского питания: санитарные нормы и правила / утв. Постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 03.06.2013 г. № 42 (с изменениями и дополнениями от 07.09.2015 г. № 96). – 40 с.
13. Гершончик, К.Н. Растворимое печенье как продукт прикорма для питания детей раннего возраста / К.Н. Гершончик // Молодежь в науке – 2009: прил. к журн. Вес. Нац. акад. наук Беларуси: в 5 ч. / НАН Беларуси, Совет молодых ученых НАН Беларуси. – Минск: Беларус. навука, 2010. – Ч. 3: Сер. аграр. наук / редкол.: В.Г. Гусаков (гл. ред.) [и др.]. – С. 382–385.
14. Показатели безопасности и безвредности для человека продовольственного сырья и пищевых продуктов: Гигиенический норматив, утв. постановлением Министерства здравоохранения Республики Беларусь от 21.06.2013 г. № 52. – 371 с.
15. Шилов, А.И. Экономика потребительского рынка Беларуси: структура, тенденции / А.И. Шилов, А.Н. Лилишенцева, Т.А. Сенькевич, О.А. Шилов // Технология и товароведение инновационных пищевых продуктов. – 2015. – №5. – С. 112–117.
16. Адамова, А.В. Товароведная характеристика и экспертиза качества растворимого печенья, реализуемого на территории Республики Беларусь: дипломная работа / Бел. гос. экономич. ун-т; рук. С.Е. Томашевич. – Минск, 2018. – 113 с.
17. Гершончик, К.Н. Технология производства растворимого печенья для питания детей раннего возраста: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.18.01 // К.Н. Гершончик; Могилевский гос. ун-т. продов. – Могилев, 2013. – 27 с.
18. Пищевая продукция в части ее маркировки: Технический регламент Таможенного союза ТР ТС 022/2011. – Введ. 01.07.2013. – Минск: БелГИСС, 2012. – 18 с.
19. Печенье. Общие технические условия: СТБ 2434-2015. – Введ. 01.05.2016. – Минск : БелГИСС, 2016. – 28 с.
20. Пищевые продукты. Информация для потребителя. Общие требования: СТБ 1100-2016. – Введ. 01.02.2017. – Минск : Гос. комитет по стандартизации Республики Беларусь, 2016. – 34 с.
21. Скурихин, И.М. Таблицы химического состава и калорийности российских продуктов питания / И.М. Скурихин, В.А. Тутельян. – М. : ДеЛи принт, 2007. – 275 с.

References

1. Natsional'naya strategiya ustoychivogo sotsial'no ekonomicheskogo razvitiya Respubliki Belarus' na period do 2030 goda [*National strategy of steady socially economic development of The Republic of Belarus for the period up to 2030*]. Available at: <http://www.economy.gov.by/uploads/files/NSUR2030/Natsionalnaja-strategija-ustojchivogo-sotsialno-ekonomicheskogo-razvitija-Respubliki-Belarus-na-period-do-2030-goda.pdf> (accessed 12 February 2019) (in Russian).
2. Goncharova S. Ekonomicheskiye aspekty formirovaniya rynka molochnoy produktsii Belarusi [*Economic aspects of formation of the dairy products market in Belarus*]. *Agroekonomika = Agroecconomics*, 2002, no. 8, pp. 38 (in Russian).
3. Zav'yalov P.I. Promyshlennaya politika gosudarstva kak sredstvo aktivnogo vozdeystviya na konkurentosposobnost' [*State industrial politics as a means of active influence on competitiveness*]. *Marketing: metody, formy issledovaniya = Marketing: methods, forms of research*, 1996, no. 4, pp. 24 (in Russian).
4. Fatkhutdinov R.A. Menedzhment konkurentosposobnosti tovara [*Product competitiveness management*]. Moscow, Bizness-school «Inter-Sintez», 1995, 55 p. (in Russian).
5. Durovich A.P. Konkurentosposobnost' tovarov v sisteme marketinga [*Competitiveness of goods in the marketing system*]. Minsk, BGEU, 1993, 58 p. (in Russian).
6. Zhudro N.V. Organizatsionno-ekonomicheskiye osnovy povysheniya konkurentosposobnosti molochnoy produktsii. Diss. kand. ekon. nauk [*Organizational and economic basis for improving the competitiveness of dairy products. Kand. econ. sci. diss.*]. Minsk, 1999. 99 p. (in Russian).
7. Porter M. Konkurentnaya strategiya: Metodika analiza otrasley i konkurentov [*Competitive strategy: Methods of analysis of industries and competitors*]. Moscow, Al'pina Publisher, 2011, 453 p. (in Russian).

8. Gusakov V.G., Shpak A.P., Kireyenko N.V., Kondratenko S.A., Baygot L.N., Lazarevich I.M., Akhramovich V. S., Gusakov, G.V., Yenchik L.T., Lobanova L.A., Kuz'mich L.I., Karpovich N.V., Steshits O.V., Makutsenya Ye.P., Svistun O.V., Gusakova I.V., Mitskevich S.M., Kosova A.L., Pashkevich D.S., Bystryy S.P. Prodovol'stvennaya bezopasnost' Respubliki Belarus'. Monitoring-2017: v kontekste ustoychivogo funktsionirovaniya APK [*Food safety of The Republic of Belarus. Monitoring 2017: in the context of sustainable functioning of the AIC*]. Minsk, The Institute of System Research in Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus, 2018, 295 p. (in Russian).
9. Shpak A.P., Kireyenko N.V., Kondratenko S.A., Yonchik L.T., Lobanova L.A., Steshits O.V., Mitskevich S.M., Kosova A.L. Tendentsii obespechennosti produktami detskogo pitaniya v Respublike Belarus' [*Trends in the availability of baby food in The Republic of Belarus*]. Belorusskiy ekonomicheskiy zhurnal = Belarusian Economic Journal, 2018, no. 2, pp. 66-81 (in Russian).
10. Kontseptsiya gosudarstvennoy politiki v oblasti zdorovogo pitaniya naseleniya Respubliki Belarus' na period do 2020 goda (The concept of state politics in the field of healthy nutrition of the population of the Republic of Belarus for the period up to 2020). Available at: <http://www.new.belproduct.com/assets/files/conception.pdf> (accessed 05 April 2019) (in Russian).
11. TR TS 021/2011. O bezopasnosti pishchevoy produktsii: Tekhnicheskiy Reglament Tamozhennogo Soyuzha [*Technical Regulations of the Customs Union. About food safety*]. Minsk, Belarusian State Institute of Standardization and Certification Publ., 2012. 196 p. (in Russian).
12. Sanitarnyye normy i pravila, utv. Postanovleniyem Ministerstva zdravookhraneniya Respubliki Belarus' ot 03.06.2013 g. №42: Trebovaniya dlya organizatsiy, osushchestvlyayushchikh proizvodstvo pishchevoy produktsii dlya detskogo pitaniya [*Sanitary norms and rules, approved. Decree of the Ministry of Health of the Republic of Belarus on 3 June 2013, no. 42: Requirement for organizations engaged in the production of food products for baby food*]. Minsk, Ministry of Health Publ., 2013. 40 p. (in Russian).
13. Gershonchik, K.N. Rastvorimoye pechen'ye kak produkt prikorma dlya pitaniya detey rannego vozrasta [*Soluble biscuits as a complementary food for feeding young children*]. Pril. k zhurn. Ves. Nats. akad. navuk Belarusi «Molodezh' v nauke – 2009», ch. 3: Ser. agrar. Nauk [*Supplement to the journal «Proceedings of the National Academy of Sciences of Belarus» «Youth in Science - 2009», part 3: Series of Agrarian Sciences*]. Minsk, 2010, pp. 382–385. (in Russian).
14. Gigiyenicheskiy normativ, utv. postanovleniyem Ministerstva zdravookhraneniya Respubliki Belarus' ot 21.06.2013 g. № 52: Pokazateli bezopasnosti i bezvrednosti dlya cheloveka prodovol'stvennogo syr'ya i pishchevykh produktov [*Hygienic standard, approved. Resolution of the Ministry of Health of the Republic of Belarus on 21 June 2013, no. 52: Indicators of safety and harmlessness for human food raw materials and food*]. Minsk, Ministry of Health Publ., 2013. 371 p. (in Russian).
15. Shilov A.I., Lilishentseva A.N., Sen'kevich T.A., Shilov O.A. Ekonomika potrebitel'skogo rynka Belarusi: struktura, tendentsii [*Economy of the consumer market of Belarus: structure, trends*]. Tekhnologiya i tovarovedeniye innovatsionnykh pishchevykh produktov = *Technology and commodity science of innovative food*, 2015, no. 5, pp. 112–117 (in Russian).
16. Adamova A.V. Tovarovednaya kharakteristika i ekspertiza kachestva rastvorimogo pechen'ya, realizuyemogo na territorii Respubliki Belarus': diplomnaya rabota [*Merchandising characteristic and examination of the quality of soluble cookies sold in the territory of the Republic of Belarus: graduate work*]. Minsk, 2018. 113 p. (in Russian).
17. Gershonchik, K.N. Tekhnologiya proizvodstva rastvorimogo pechen'ya dlya pitaniya detey rannego vozrasta: Diss. kand. techn. nauk [*Technology of production of soluble biscuits for infants*. Kand. techn. sci. diss.]. Mogilev, 2013. 27 p. (in Russian).
18. TR TS 022/2011. Pishchevaya produktsiya v chasti yeye markirovki: Tekhnicheskiy reglament Tamozhennogo soyuzha [*Technical Regulations of the Customs Union. Food products in part of their labeling*]. Minsk, Belarusian State Institute of Standardization and Certification Publ., 2013. 18 p. (in Russian).
19. STB 2434-2015. Pechen'ye. Obshchiye tekhnicheskiye usloviya [*Standard of Belarus 2434-2015. Cookies. General technical conditions*]. Minsk: Belarusian State Institute of Standardization and Certification Publ, 2016. 10 p. (in Russian).

20. СТБ 1100-2016. Pishchevyye produkty. Informatsiya dlya potrebitelya. Obshchiye trebovaniya [*Standard of Belarus 2434-2015. Cookies. General technical conditions*]. Minsk: State Committee for Standardization of the Republic of Belarus Publ, 2016. 34 p. (in Russian).
21. Skurikhin I.M., Tutel'yan V.A. Tablitsy khimicheskogo sostava i kaloriynosti rossiyskikh produktov pitaniya [*Tables of the chemical composition and caloric content of Russian food*]. Moscow: DeLi print Publ., 2007, 275 p. (in Russian).

Информация об авторах

Моргунова Елена Михайловна – кандидат технических наук, доцент, заместитель генерального директора по стандартизации и качеству продуктов питания РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» (ул. Козлова, 29, 220037, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: info@belproduct.com

Кондратенко Светлана Александровна – кандидат экономических наук, доцент, заведующая сектором экономики перерабатывающей промышленности Республиканского научного унитарного предприятия «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси» (ул. Казинца, 103, 220108, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: kondratenko-0703@mail.ru

Томашевич Светлана Евгеньевна – кандидат технических наук, доцент, старший научный сотрудник отдела технологий кондитерской и масложировой продукции РУП «Научно-практический центр Национальной академии наук Беларуси по продовольствию» (ул. Козлова, 29, 220037, г. Минск, Республика Беларусь). E-mail: sv_tomash@mail.ru

Моргунов Артем Николаевич – аспирант, младший научный сотрудник учреждения образования «Могилевский государственный университет продовольствия» (пр. Шмидта 3, 212027, г. Могилев, Республика Беларусь). E-mail: mti67@rambler.ru

Information about authors

Margunova Alena M. – Candidate of Technical Sciences, Deputy General Director for Standardization and Food Quality of the Republican Unitary Enterprise «Scientific and Practical Center of the National Academy of Sciences of Belarus on Food» (29 Kozlova str., 220037, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: info@belproduct.com

Kandratsenka Sviatlana A. – Ph.D. in Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Economy Sector of the Recycling Industry of The RSUE «The Institute of System Research in Agroindustrial Complex of the National Academy of Sciences of Belarus» (103, Kazintsa str., 220108, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: kondratenko-0703@mail.ru

Tamashevich Sviatlana E. – PhD in Engineering sciences, Assistant professor, Senior Researcher of the Department of Technology confectionery and oil and fat products of The RUE «Scientific-Practical Center for Foodstuffs of the National Academy of Sciences of Belarus» (29, Kozlova st., 220037, Minsk, Republic of Belarus). E-mail: sv_tomash@mail.ru

Marhunov Artsiom N. – Graduate student, Junior researcher of The Mogilev State University of Food Technologies (3, Shmidt Avenue, 212027, Mogilev, Republic of Belarus). E-mail: mti67@rambler.ru