Матыкин Юрий Павлович. Повышение конкурентоспособности производства и переработки птицеводческой продукции на основе изучения конъюнктуры рынка : диссертация ... кандидата экономических наук. - Саратов, 1999. - 211 с. : ил. РГБ ОД,

**Содержание к диссертации**

Введение

**ГЛАВА I. Рыночная концепция конкуренции в птицеводстве**

1.1. Сущность, содержание и взаимодействие категорий «конкуренция» и «конкурентоспособность» 8

1.2. Факторы конкурентоспособной преимущественности в птицеводстве 19

1.3. Показатели оценки, методы и приемы измерения конкурентоспособности 30

**ГЛАВА II. Исследование конкуренции и конкурентоспособности в птицеводстве саратовской области**

2.1. Современное состояние и экономическое положение птицеводческих предприятий ОАО «Агропромышленная корпорация «Саратовптица» 44

2.2. Региональный рынок. Условия спроса и предложения на продукты птицеводства 71

2.3. Исследования рыночных предпочтений к птицеводческой продукции 88

**ГЛАВА III. Основные направления обеспечения конкурентоспособности в птицеводстве**

3.1. Методические подходы к проведению сегментации рынка птицепродуктов 109

3.2. Оценка конкурентоспособности птицеводческой продукции 123

3.3. Обеспечение конкурентоспособности в птицеводстве 143

Выводы и предложения 161

Список литературы

* [Факторы конкурентоспособной преимущественности в птицеводстве](http://www.dslib.net/organizacja-proizvodstva/povyshenie-konkurentosposobnosti-proizvodstva-i-pererabotki-pticevodcheskoj.html#2240381)
* [Показатели оценки, методы и приемы измерения конкурентоспособности](http://www.dslib.net/organizacja-proizvodstva/povyshenie-konkurentosposobnosti-proizvodstva-i-pererabotki-pticevodcheskoj.html#2240382)
* [Региональный рынок. Условия спроса и предложения на продукты птицеводства](http://www.dslib.net/organizacja-proizvodstva/povyshenie-konkurentosposobnosti-proizvodstva-i-pererabotki-pticevodcheskoj.html#2240383)
* [Оценка конкурентоспособности птицеводческой продукции](http://www.dslib.net/organizacja-proizvodstva/povyshenie-konkurentosposobnosti-proizvodstva-i-pererabotki-pticevodcheskoj.html#2240384)

**Введение к работе**

Современное положение в птицеводстве страны свидетельствует о проблемах совершенствования цивилизованного рынка птицепродуктов. Становление рыночных отношений и формирование предпринимательской среды объективно ставят перед птицеводческими предприятиями проблемы обеспечения населения продуктами питания собственного производства и создания устойчивых позиций в конкурентном противоборстве на рынке птицепродуктов.

В этой связи перед каждым птицеводческим предприятием со всей остротой встает вопрос о том, как сделать свою продукцию наиболее конкурентоспособной, как обеспечить устойчивый и долговременный спрос на нее. Для этого каждое птицеводческое предприятие должно регулярно проводить соответствующие маркетинговые исследования (анкетные опросы покупателей, тестирование, экономико-математические методы), анализ рынка птицепродуктов, разработать свою конкурентную стратегию и удерживать свое преимущество на рынке птицепродуктов, необходимо применение эффективных технологий, создание конкурентной инфраструктуры, методическое обеспечение, квалифицированные кадры.

Исходя из этого основными проблемами настоящего исследования выступает оценка покупателями и экспертами продукции птицеводческих предприятий, методические подходы к комплексной, количественной оценке яиц, мяса птицы, птицеводческого предприятия в целом, выявление и использование резервов конкурентных преимуществ, обеспечение и сохранение своего преимущественного положения на рынке птицепродуктов.

Проблема конкуренции преимущественное свое развитие получила в работах зарубежных ученых. К ним можно отнести Портера М. (126), Болт Гордона Ж (34), Эванса Дж. (178), Котлера Ф. (88), Самуэльсона П. (139), Дайана А. (20) и других.

4  
Среди работ, определяющих развитие проблемы

конкурентоспособности производства, следует выделить исследования таких

отечественных экономистов, как Азгальдова Г. (18), Рыбакова И. (138),

Пирадовой Н. (125), Егорова А. (63), Тихонова Р. (158) и других..

Вопросы конкуренции в отношении продукции АПК стали исследоваться значительно позже. Среди них нужно отметить работы Абрамовой Г.П. (15), Витиореца B.C. (45), Строева Е.С. (153), Сказецкой И.А. (147), Найденовой Н.В. (112, 113) и других. Вопрос о необходимости изучения проблем конкурентоспособности продукции в птицеводстве впервые подняли Луговской В. (97) и Санталов В. (140, 141).

Необходимо отметить дефицит отечественных работ по методологическим и методическим подходам к анализу проблемы конкуренции в отношении продуктов питания, к исследованию покупательских предпочтений и другим. В этой связи в настоящей работе предпринята попытка исследовать многие проблемы конкуренции в птицеводстве, некоторые из них рассматриваются впервые в отрасли.

Теоретическая и практическая значимость проблемы обеспечения конкурентоспособности птицеводческой продукции, недостаточная её разработанность в современных условиях предопределили актуальность темы, её выбор, цель и логику исследования.

Цель настоящего исследования заключается в разработке научно-методических и практических подходов к оценке и подготовке предложений по повышению конкурентоспособности птицеводческой продукции в условиях рыночной экономики, повышения эффективности ее производства и переработки.

В соответствии с намеченной целью в диссертационной работе были поставлены и решены следующие задачи:

- определены экономическая сущность и содержание конкурентоспособности продукции птицеводства, проанализированы факторы,

5 показатели оценки, методы и приемы ее измерения;

- исследованы роль и место качества продукции, повышения  
. эффективности производства и переработки в обеспечении конкурентных

преимуществ птицеводческой продукции;

проведена оценка современного уровня и тенденций развития производства, переработки и реализации птицеводческой продукции на региональном уровне, состояния рыночных условий спроса и предложений с учетом её покупательских предпочтений;

разработаны и апробированы основные методы и приемы исследования конкурентоспособности птицеводческой продукции на основе

\*\*' заключения экспертов и результатов производственных, качественных и

экономических показателей деятельности предприятий;

- определены основные направления повышения конкурентоспособ-  
^ ности производства и переработки яиц и мяса птицы.

Объектом исследования являлся рынок птицепродуктов Саратовской области, выпускаемых птицеводческими предприятиями ОАО «Агропромышленная корпорация «Саратовптица».

Предметом исследования является система показателей и методы  
"f\* оценки покупательских предпочтений и конкурентоспособности в

птицеводстве.

Методологической основой диссертационного исследования является диалектический метод познания. Теоретической базой послужили научные труды классиков экономической теории, отечественных и зарубежных ученых-экономистов.

В процессе работы автор использовал материалы и документы

государственных законодательных органов Российской Федерации,

^ методические и нормативные разработки ряда научно-исследовательских

учреждений, касающихся проблемы конкурентоспособности предприятий и

продукции. Аналитическая часть работы выполнена на основе обработки

статистического материала Госкомстата Российской Федерации, АО «Росптицепром», министерства сельского хозяйства Саратовской области и данных первичного учета - статистического материала птицеводческих предприятий ОАО «Агропромышленная корпорация «Саратовптица».

В исследовании использованы основные методы и приемы экономического анализа: статистический, абстрактно-логический, методы сравнения, группировок и экспертных оценок, экономико-математический и монографический.

Кроме того, автором по собственной программе проведены специальные исследования по изучению предпочтений покупателей к продукции птицеводческих предприятий по микрозонам Саратовской области. Осуществлена обработка и экономико-математический анализ полученной информации.

Научная новизна диссертационной работы состоит в следующем:

- на основе изучения научно-методических аспектов исследуемой  
проблемы определена роль и предложена классификация факторов  
конкурентоспособности в птицеводстве (внутренних и внешних);

- разработаны методика и инструментарий по изучению конъюнктуры  
рынка птицепродуктов, проведены исследования и выявлены особенности  
покупательских предпочтений птицеводческой продукции населения по  
микрозонам Саратовской области;

обоснованы методические подходы к сегментации рынка птицепродуктов, оценки их конкурентоспособности и предложения по повышению эффективности производства и переработки птицеводческой продукции.

Практическая значимость диссертационной работы состоит в том, что изложенные методические разработки, подходы и рекомендации по вопросам конкурентоспособности в птицеводстве получили применение в практике работы птицеводческих предприятий Саратовской области. Они позволили

7 предвидеть результаты предпринимательской деятельности, выпускать

продукцию, отвечающую постоянно меняющимся и возрастающим запросам

покупателей, вытеснять конкурентов и увеличивать свою долю на рынке

птицепродуктов. Основные положения по оценке конкурентоспособности

могут быть также использованы для практического применения многими

птицеводческими предприятиями России и будут способствовать

дальнейшему повышению эффективности отрасли.

Основные положения диссертации доложены и обсуждены на международных научно-практических семинарах по птицеводству (г.Саратов, 1997-1998 гг.), на Всероссийских научно-практических конференциях (г.Санкт-Петербург, 1998 г., г.Тюмень, 1998 г.) координационном совещании по птицеводству (ВНИТИП, Сергиев Посад, 1998 г.).

Диссертация выполнена в соответствии с планом научно-исследовательских работ Поволжского НИИЭО АПК по теме «Разработать рекомендации по оптимизации организационно-производственных структур птицеводческих предприятий в системе АПК Поволжья» (№ Гос. регистрации 01930008621).

Результаты исследований автора опубликованы в восьми работах общим объемом 3,14 печатных листа.

## Факторы конкурентоспособной преимущественности в птицеводстве

На развитие конкуренции в птицеводстве оказывает влияние множество взаимосвязанных и взаимообусловленных факторов и условий, определяющие ее характер. Концепция множества факторов в конкурентной среде характеризуется одновременным воздействием экономических, трудовых, материальных, демографических и других факторов на эффективность . производства (161, с. 103). Выявление этих факторов и анализ происходящих явлений на рынке птицепродуктов во многом предопределяет особенности и темпы развития конкурентных начал в птицеводстве.

Для того, чтобы успешно начать какое-либо конкурентоспособное производство и развивать его, необходимо понять отрасль, ее особенности, і специфику и соответствующие рынки, то есть исследовать основные ( факторы, влияющие на состояние и тенденции развития птицеводческой отрасли, рынок птицепродуктов, внутреннюю и внешнюю среду, потребительский спрос и так далее, и рационально управлять происходящими процессами в конкуренции.

Только исследовав конкурентные факторы и условия успешного их функционирования, выработав эффективную стратегию своего развития, птицеводческое предприятие сможет перераспределить свои усилия и целеустремленно направить их на развитие конкурентных преимуществ, которые могут принести наибольшую отдачу. Насколько эффективно и насколько долго оно сможет использовать и удерживать конкурентные преимущества зависит от следующих условий и признаков:

1. Каков источник конкурентного преимущества - здесь выделяются преимущества низкого и высокого ранга. К преимуществам низкого ранга относятся такие, которые ярко могут получить и освоить конкуренты (дешевая рабочая сила, корма и другие), в результате эти преимущества быстро утрачивают свое эффективное действие. В этой связи требуется изыскание преимуществ более высокого порядка - патентованные технологии и рецептуры, дифференциация на основе уникальных продуктов, репутация птицеводческого предприятия как результат маркетинговой деятельности. Достижение этих преимуществ требует квалифицированных кадров и усилий, интенсивных и приоритетных направлений капиталовложений, надежной защиты, что позволяет предприятию удерживать новое конкурентное преимущество более длительное время.

2. Количество источников конкурентного преимущества. Для того, чтобы как можно дольше удерживать лидерство на рынке птицепродуктов, предприятию следует освоить как можно больше преимуществ во всех звеньях цепочки ценности. А это предполагает необходимость быть в постоянном поиске нового всем специалистам птицеводческих предприятий. Этим и выигрывают японские компании в мировом пространстве.

Постоянная модернизация всех видов деятельности, улучшение производственно-финансовых показателей деятельности птицеводческого предприятия. В тех случаях, когда специалисты вырабатывают новые идеи и оригинальные проекты и быстро внедряют их в производство, тем самым они обеспечивают себе то или иное конкурентное преимущество на определенное время. При этом решение каждой проблемы выступает предпосылкой для освоения новой, более высокой ступени развития производства. В случае самоуспокоенности прекращается развитие научно-технического прогресса на предприятии и инициативу перехватывают конкуренты, что отрицательно влияет на сам факт дальнейшего существования данного предприятия.

М.Портер (126) выделяет 5 наиболее типичных новаций, определяющих конкурентные преимущества: 1 .Новые технологии. Они создают новые возможности для разработки товара, новые способы маркетинга, производства или доставки и улучшение сопутствующих услуг. 2. Новые или изменившиеся запросы покупателей. Предприятию необходимо чутко реагировать на изменившуюся конъюнктуру рынка, создавать новые ценности. 3. Появление нового сегмента рынка. Тут есть возможность не только выйти на новую группу покупателей, но и найти новый, более эффективный способ выпускать некоторые виды продуктов или новые подходы к определенной группе покупателей. 4. Изменение стоимости или наличие компонентов производства. Фирма добивается конкурентного преимущества, только в том случае, если она приспосабливается к новым условиям, развивает их. 5. Изменение правительственного регулирования.

## Показатели оценки, методы и приемы измерения конкурентоспособности

Анализ отечественной и зарубежной экономической литературы по проблемам конкуренции свидетельствует о том, что в настоящее время существует ряд методических подходов к оценке и измерению конкурентоспособности .

В первую очередь следует отметить, что проблема конкурентоспособности и ее количественное измерение больше раскрыта применительно к условиям развитых стран (34, 88, 102, 178). В России эти вопросы стали подниматься сравнительно недавно и во многом носят дискуссионный характер (109, 125, 127, 138, 175), так как в условиях командно-административной и планово-распределительной системы они были несвойственны ей и необходимость в подобных исследованиях не возникала. Они возникли только в процессе развития рыночных отношений и возрастания значимости проблемы экономической безопасности страны.

Первые исследования в этом направлении осуществлены преимущественно к промышленной продукции (61, 106, 108, 122). По отношению к продукции агропромышленного комплекса подобных разработок очень мало (55, 113), а в учебных пособиях показатели конкурентоспособности вообще не рассматриваются (45, 101, 121).

Основополагающими документами по проблеме настоящего исследования являются «Методика оценки уровня конкурентоспособности промышленной продукции» (106) и «Оценка конкурентоспособности продукции» (122). Основными критериями конкурентоспособности являются: технический уровень продукции, уровень качества изготовления, уровень качества в эксплуатации и уровень затрат на приобретение продукции, транспортировка, монтаж и наладку и так далее.

Среди параметров (69), характеризующих конкурентоспособность промышленных товаров, выделяются следующие: технические (параметры назначения, нормативные, эргонометрические, эстетические и другие), экономические (формирующие цену потребления) и организационные (система скидок, условия платежей поставок, комплектность, сроки, условия гарантии).

В методике ВНИИС (106, с.2-6) в основе оценки уровня конкурентоспособности продукции лежит сравнение совокупности значений показателей качества и экономических показателей этой продукции с соответствующей совокупностью базовых значений. Так, в номенклатуру показателей качества промышленной продукции согласно РД 50-149-79 включены следующие группы показателей: назначения; экономного использования сырья, материалов, топлива и энергии; надежности; эргонометрические; эстетические; технологичности; транспортабельности; стандартизации и унификации; патентно-правовые; экологические и показатели безопасности.

Что же касается сельскохозяйственной продукции, то отдельные технические характеристики могут иметь место при оценке ее конкурентоспособности (например, нормативные и другие). Но преимущественное значение должны получить такие производственные и качественные характеристики, как продуктивность, питательность, масса, чистота и другие, которые не выделены в самостоятельные параметры в анализируемых методиках.

Экономические параметры, применяемые при оценке конкурентоспособности, характеризуются структурой полных затрат потребителя (цена потребления) по приобретению и потреблению продукции и сводится к цене предложения (реализации). Организационные параметры также формируют цену предложения.

Поэтому, по нашему мнению, выделять их в отдельную группу не целесообразно. Наиболее предпочтительно экономические и организационные параметры объединить в одну группу.

Таким образом, параметры, характеризующие конкурентоспособность птицеводческой продукции следует разделить на производственные, качественные и организационно-экономические. В связи с тем что первые шаги покупателя по приобретению яиц и мяса птицы начинаются с визуального осмотра и внутренних ощущений (покупательских предпочтений), то в заданной группировке следует отразить и некоторые параметры социально-психологического характера.

В зависимости от целей оценки уровня конкурентоспособности продукции могут быть использованы дифференциальный, комплексный и смешанный методы (106).

Дифференциальный метод основан на использовании единичных показателей качествами экономических показателей продукции. При этом определяют, достигнут ли уровень базового образца в целом, по каким показателям он не достигнут, какие показатели наиболее существенно отличаются от базовых значений.

## Региональный рынок. Условия спроса и предложения на продукты птицеводства

В систему товарного рынка в птицеводстве входит рынок продуктов питания из яиц и мяса птицы. Внутренний (отечественный) рынок птицепродуктов, в котором находится Саратовская область, по своим размерам и возможностям весьма значителен. Рынок Российской Федерации представлен 89 областями и республиками, некоторые из них уже находятся в зоне деятельности ОАО «Агропромышленная корпорация «Саратовптица».

Функционирование товарного рынка осуществляется по двум каналам: государственный заказ и прямой спрос. Возможности расширения ареала проникновения в большее число региональных рынков увеличились в связи с всеобщим спадом производства птицеводческой продукции, увеличения дефицита в этих продуктах питания. Так, только по сравнению с 1990 годом в стране уровень допущенного спада производства яиц составил 40%, а мяса птицы - 69%. При этом Саратовская область по этому показателю занимает 47 место в России (среди всех областей), а уровень спада составил соответственно 51 и 66 %.

В этой связи потенциальные возможности ОАО «Агропромышленная корпорация «Саратовптица» по освоению рынка птицепродуктов не ограничен. Для этого необходимы маркетинговые исследования по изучению состояния рынка птицепродуктов и выработка мер по их осуществлению.

Состояние регионального рынка оказывает существенное влияние на условия спроса и предложения на продукты птицеводства, на формирование покупательских предпочтений населения. Саратовская область имеет свои особенности, вызванные как ее местом в Российской Федерации, так и спецификой размещения производства по ее микрозонам, в уровне обеспечения населения яйцом и мясом птицы.

Поволжский экономический район состоит из 8 областей и республик. Он производит 2217,8 млн.штук яиц и 79,8 тыс.т мяса (в живой массе), что составляет соответственно 10,2 и 14,7 % от общего производства птицеводческой продукции по стране. При этом Саратовская область по объему производства яиц занимает 5 место или 13,3 % и по мясу птицы 4 место или 15,0 % среди областей и республик Поволжья. Несмотря на определенные положительные тенденции, которые сложились в последние годы, тем не менее область еще не достигла прежнего уровня. Так, в течение 1970 - 1990 годов Саратовская область занимала 3-4 места в Поволжье, а ее удельный вес в птицеводстве этого региона составлял 17,0-18,5%.

Серьезное (угрожающее) положение во всех регионах сложилось и с обеспечением населения яйцом и мясом птицы. В результате всеобщего спада производства птицеводческой, продукции в стране сложилась крайне разнопестрая картина в пределах анализируемых районов Поволжья (табл.2.2.1.) характеризует уровень спада производства яиц и мяса птицы по стране и в регионах Поволжья и такое состояние остается по настоящее время. Как видно из приведенных данных, Ульяновская область по производству яиц на душу населения занимает 1 место в Поволжье (345 штук) или в два раза больше, чем в Калмыкии. При этом уровень спада ниже, чем в среднем по России (на 15 пунктов). Аналогичный показатель по производству мяса птицы оказался выше в республике Татарстан - он в 3,3 раза выше, чем по Астраханской области. По анализируемому показателю Саратовская область занимает 4 место по яйцу и мясу птицы.

В целом спад производства птицеводческой продукции отразился на структуре питания населения всех регионов страны. Дефицит яиц и мяса птицы на потребительском рынке оказал определенное влияние на спрос по этим видам продуктов питания.

Существенной особенностью регионального рынка птицепродуктов Саратовской области является ее большая территория (100,3 км2). В области насчитывается 39 административных района, объединенных в 7 микрозон. В 10 районах вообще не занимаются производством птицеводческой продукции. Имеет место большой перепад в численности населения в пределах микрозон. Перечисленные особенности территориального размещения птицеводства существенно отражается на населении микрозон (табл.2.2.2.).

Как видно из данных таблицы 2.2.2., наиболее развитыми в области птицеводства являются Центральная (Левобережная), Юго-Восточная и Центральная (Правобережная)микрозоны. Свое преимущественное развитие получили Аткарский, Ртищевский, Калининский, Саратовский, Лысогорский, Балаковский и Новоузенокий районы. Они расположены вблизи наиболее крупных городов и рабочих поселков городского типа, в них сконцентрированы наиболее крупные птицеводческие предприятия корпорации.

## Оценка конкурентоспособности птицеводческой продукции

Под оценкой конкурентоспособности птицеводческой продукции следует понимать отношение покупателя, потребителя, исследователя-маркетолога или предприятия-конкурента к поведению яиц и мяса птицы (производимых тем или иным предприятием) на рынке птицепродуктов. Она предусматривает установление значимости параметров конкурентных преимуществ, абсолютной их величины, соответствие установленным нормам, стандартам, образцам или отдельным параметрам продукции конкурента. На основе этого осуществляется учет мотивов покупательских предпочтений, разработка стратегии и тактики птицеводческого предприятия, освоение резервов конкурентоспособности.

Конкурентоспособность птицеводческой продукции - это совокупность потребительских свойств яиц и мяса птицы, произведенная конкретным птицеводческим предприятием и характеризующая их особенности и отличие от аналогичных продуктов, производимых предприятиями-конкурентами по степени соответствия конкретным потребностям покупателей. Во многом оценка конкурентоспособности определяется социальной позицией покупателя, уровнем его мировоззрения и культуры, интеллектуального развития.

Рассматривая проблему оценки мы исходим из того, что конкурентоспособность - понятие многогранное и исследовать ее надо как с позиций покупателя, так и с позиций эксперта и исследователя-маркетолога птицеводческого предприятия. Одним из главных аспектов птицеводческой продукции являются его потребительские свойства, то есть способность яиц и мяса птицы выполнять такие функции рынка, как удовлетворение потребностей потенциальных покупателей. В связи с тем, что не на каждую произведенную продукцию имеются потенциальные покупатели, а каждый их них в свою очередь обладает своей избирательной способностью при совершении покупки продуктов птицеводства, встает вопрос об исследовании и оценке конкурентоспособности яиц и мяса птицы как в масштабе области, так и в разрезе ее микрозон.

Обязательными составляющими конкурентоспособности птицеводческой продукции являются качественные и количественные параметры, ориентированность на строго определенного покупателя, совершение покупки. Решение этих вопросов позволяет предприятию еще больше привлечь к себе внимание со стороны покупателей и вызвать мотивированное решение потенциального покупателя приобрести тот или иной продукт, так как все его основные производственно-экономические параметры позволяют покупателю наилучшим образом (по сравнению с другими продуктами конкурирующих предприятий) удовлетворить его текущие нужды, потребности и запросы.

Для выявления соответствия потребительских свойств яиц и мяса птицы современным требованиям покупателей нами проведен отбор параметров, определяющих конкурентные преимущества. Отбор параметров осуществлялся в несколько этапов. На первом этапе был отобран максимальный перечень параметров, по которым можно провести оценку покупательских предпочтений и которые определяют конкурентные преимущества. Затем проведен логический анализ на предмет их эмпирической значимости и возможного практического применения. После этого осуществлена апробация отобранных параметров (признаков) на небольшом количестве покупателей, что позволило выявить, насколько предлагаемые параметры отвечают действительности, понятны покупателям и представляют для них ценность. Таким образом оставлен минимальный перечень параметров, охватывающих проблему нашего исследования.

Таким образом, для оценки конкурентоспособности яиц с позиции покупательских предпочтений выделены следующие параметры: чистота, свежесть, размер, цвет, прочность скорлупы (наличие боя-насечки), уровень цен, размер фасовки и вид упаковки.

По отношению к мясу птицы в качестве параметров определены следующие: чистота обработки, размер тушки, цвет (предпочтение и высокую оценку следует дать желтому цвету), упитанность, наличие кровоподтеков и порезов, свежесть, уровень цен, размер фасовки и вид упаковки.

После определения перечня параметров покупательских предпочтений, определяющих конкурентные преимущества проведено ранжирование (оценка по значимости). Проведение ранжирования позволило выявить, на какие параметры покупатели микрозон Саратовской области обращают внимание в первую очередь, во вторую и так далее. Одновременно с этим покупатели выставили свои оценки за качество исполнения того или иного параметра.

Например, в ряде микрозон Саратовской области покупатели в силу определенных обстоятельств в первую очередь обращают внимание на цену яиц и мяса птицы в розничной торговле - этот параметр занимает первое место по значимости в системе рангов. В то же время, по их мнению и исходя из уровня денежных доходов, цены на этот вид продукции для них очень высоки, в результате чего они не могут его приобретать регулярно - цена малодоступна и в этой связи выставленная оценка может составлять на уровне 2-3 баллов (по пятибальной шкале оценок).