

Основной целью стратегии внешнеэкономической деятельности предприятия является увеличение объемов экспортных поставок, увеличение экономической эффективности от каждой экспортной поставки и обеспечение качественного и своевременного исполнения экспортных поставок.

На основании результатов проведенного маркетингового исследования, деятельность предприятия по удовлетворению спроса населения должна быть ориентирована на:

- уменьшение цены выпускаемой продукции, хорошие вкусовые качества по всему ассортименту и полезные свойства для здоровья человека;
- ассортимент продукции не должен быть однотипным;
- производство продукции со сроком хранения не менее 36 часов, не содержащей консервантов, упакованной в полиэтилен.
- выпуск разнообразных полуфабрикатов быстрого приготовления, что особенно актуально для мяса в сыром виде;
- широкий ассортимент мяса и мясопродуктов в торговых точках, расположение которых отвечает удобствам покупателя.

Разработка и осуществление инвестиционного проекта определены необходимостью расширения ассортимента производимой продукции, повышения ее качества и на основе этого выпуска конкурентоспособной продукции, обеспечивающей стабильную прибыль и устойчивое экономическое положение предприятия.

Литература

1. Государственная программа устойчивого развития АПК РБ на 2011-2015 гг. // Бел. Нива № 112 от 18 июня 2010 г.

© БГЭУ

ФОРМЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ЕВРОПЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УЧАСТИЯ В НИХ РЕГИОНОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Д.О. КОЗЛОВА, В.С. ФАТЕЕВ

Evaluation of forms for the development of cross-border co-operation is given in the article. Directions of cross-border cooperation are grounded. The essay first reviews developments and functional aspects of cross-border cooperation in the euroregion «Bug». The current state of cross-border cooperation in Belarus is analyzed, the problems and prospects of cross-border cooperation in the Republic of Belarus are identified

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, еврорегион, региональное развитие

Одной из основных тенденций во взаимодействии между приграничными территориями выделяется активное развитие трансграничного сотрудничества смежных территорий. Трансграничное сотрудничество является процессом, при помощи которого приграничные регионы или органы местной власти и самоуправление соседних стран объединяют свои усилия в целях совместного решения проблем, несмотря на разделяющую их государственную границу.

Оценка развития трансграничного сотрудничества в Республике Беларусь показала, что институционализация межгосударственных отношений на практике сталкивается с рядом законодательных, инфраструктурных, финансовых, природных, информационных и общественных барьеров. Их устранение возможно при должной финансовой поддержке трансграничного сотрудничества.

По результатам исследования было выявлено, самой распространенной формой институционализации трансграничного развития в Европе является еврорегион, который представляет собой межгосударственную институциональную форму трансграничного сотрудничества двух и более административно-территориальных единиц, представляющих регионы смежных государств.

Был проведен анализ уровня регионального развития Брестской области, Люблинского воеводства и Волынской области в рамках еврорегиона «Буг». Расчет результирующего интегрального показателя выполнен по формуле многомерной средней, широко применяемой в региональных экономических исследованиях. Результаты расчетов показывают, что среди анализируемых регионов Брестская область занимает 2 место по уровню развития региона (значение интегрального показателя – 9,54). Значения экономических критериев свидетельствуют о том, что Брестская область уступает в экономическом развитии Люблинскому воеводству (значение – 12,38), но превосходит Волынскую область (5,08). На основании данного исследования был составлен SWOT-анализ слабых и сильных сторон еврорегиона «Буг».

По итогам исследования обоснованы следующие направления развития трансграничного сотрудничества: во-первых, создание условий для достижения экономической, социальной, экологической

устойчивости приграничных регионов; во-вторых, определение совместной стратегии согласованного и взаимовыгодного развития приграничных территорий смежных государств с учетом интеграционного опыта стран ЕС; в-третьих, улучшение процессов межрегионального трансграничного обмена информацией и знаниями, сотрудничества в области национального и межрегионального планирования; в-четвертых, включение приграничных регионов в программы добрососедства ЕС по развитию приграничных территорий; в-пятых, расширение прав и полномочий местных органов власти в области сотрудничества; в-шестых, решение проблем развития приграничных регионов с помощью развития предпринимательства и сельского туризма.

©БГСХА

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ ПОЗИЦИИ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ОВОЩЕЙ

И.В. КОЛЕСНЁВ, П.Б. ЛЮБЕЦКИЙ

Marketing research of the market of vegetable production of the Republic of Belarus were held in accordance with the program. On the basis of 26 enterprises, which grow this type of products. Used two methods: calculation of the coefficient of competitiveness and coefficients of market concentration. Studies have shown, the market of vegetables can be characterized as competitive. According to the results of the market study developed the mission of vegetable factory

Ключевые слова: маркетинговое исследование, конкуренция, коэффициент концентрации рынка

Цель выполненной научной работы – оценка конкурентной позиции овощеводческого предприятия на отраслевом рынке. Для маркетингового исследования рынка овощной продукции Республики Беларусь была разработана программа его проведения, которая детализирует методы, требуемые для получения информации. Диагностика конкурентной среды, деятельности конкурентов является важнейшим элементом плана маркетинга, так как выступает критерием при принятии управленческих решений. Для анализа конкурентов КУП «Минская овощная фабрика» на исследуемом рынке было выбрано три основных конкурента. Их выбор проводился исходя из уровня локализации рынка (Минская область) и объемов производства и сбыта. Доля рынка КУП «Минская овощная фабрика» среди тепличных комбинатов Беларуси составляет 9,4%. Среди комбинатов Минской области крупнейшим конкурентом является УП «Агрокомбинат «Ждановичи», доля рынка которого 16,8% на республиканском рынке.

Нами было проведено исследование рынка овощей защищенного грунта. За основу были взяты 26 предприятий, которые выращивают данную продукцию. По данным годовых отчетов сельскохозяйственных предприятий была подготовлена и проанализирована информация для расчета (выручка от реализации овощей защищенного грунта, валовой сбор, прибыль и убыток от реализации продукции, итоговая прибыль и др.) по всем организациям.

Так, коэффициент интенсивности конкуренции, рассчитанный по методике Азоева Г.Л. по объему продаж овощей защищенного грунта в натуральном выражении составил 0,073, а по выручке от реализации продукции – 0,02. И в том и другом случае интенсивность конкуренции на данном рынке низкая. Анализ операторов рынка показал, что 13 овощеводческих предприятий формируют уровень конкуренции на рынке овощной продукции. Для оценки степени монополизации исследуемого рынка был рассчитан коэффициент концентрации, который измеряет сумму долей крупнейших предприятий в отрасли. Так, коэффициент концентрации рынка овощной продукции по 4 основным производителям составил 0,62. При расчете такого коэффициента концентрации не учитывается доля рынка, занимаемая другими, почти равнозначными, производителями. Поэтому рассчитан индекс Херфиндаля-Хиршмана, который составил 1341 и показал, что степень концентрации конкурентов на рынке имеет средний уровень. Таким образом, сопоставление двух методик определения уровня интенсивности конкуренции овощных предприятий показало, что рынок этой продукции можно характеризовать как среднеконкурентный. Разработан шаблон расчета показателей оценки конкуренции на рынке для использования на предприятии, в котором определив значения показателей средняя доля рынка, среднеквадратическое отклонение долей рынка, прибыль в текущем периоде, выручка товарной продукции в текущем и предшествующем периодах, можно в каждый текущий момент оценить степень интенсивности конкуренции, долю рынка предприятия и уровень монополизации рынка (концентрацию на рынке). Анализ динамики и структуры рынка, а также маркетинговое исследование рынка дали возможность нарисовать объективную картину состояния рынка овощей защищенного грунта и определить конкурентную позицию КУП «Минская овощная фабрика».