

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».