

УДК 332.1

ОЦЕНКА РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ

О.Н. Жучкевич, И.Г. Матузенко, Ю.В. Менжинская

Важным аспектом обеспечения экономической эффективности предприятия является маркетинговая поддержка успешного продвижения в новые регионы. Для этого важно представлять специфику бизнеса в регионе, а именно: уровень его экономического развития, характер конкуренции, состояние инфраструктуры, социально-демографическую ситуацию, особенности местного управления и уровень государственного регулирования и т. д. Такая информация призвана наиболее полно и эффективно обеспечить интересы компании в данном регионе, выработать маркетинговую политику, прогнозировать тенденции рынка, разрабатывать стратегию деятельности.

Для оценки локальных и территориальных рынков целесообразно использовать ряд индексов, учитывающих специфику состояния региона. К ним относятся следующие: индекс покупательной способности (ИПС), потребительский потенциал региона (ППР), индекс потребительских настроений (ИПН).

При расчете индекса покупательной способности учитываются демографический, экономический и распределительный факторы, каждый из которых рассчитывается путем сопоставления оценок региона с усредненными данными по республике. Демографический фактор определяется соотношением численности региона и общего количества населения, экономический – соотношением среднедушевого ВВП региона и республики, распределительный – соотношением товарооборота на душу населения в регионе и стране в целом. Результирующее значение индекса покупательной способности рассчитывается с учетом важности отдельных факторов по формуле:

$$ИПС = a_d \cdot Д + a_э \cdot Э + a_p \cdot Р,$$

где $a_d, a_э, a_p$ – коэффициент значимости факторов;

Д, Э, Р- количественная оценка соответствующего фактора.

Потребительский потенциал региона рассчитывается как взвешенная оценка следующих показателей: удельный вес региона в численности населения, удельный вес в розничном товарообороте, удельный вес в расходах населения.

Расчет ИПС и ППР ведется на основе статистических показателей, что обеспечивает объективность оценки.

Индекс потребительских настроений состоит из индекса текущего состояния (ИТС) и индекса потребительских ожиданий (ИПО), которые рассчитываются на основе анализа результатов опроса населения о текущем материальном положении семей и его ожидаемом изменении с учетом состояния и тенденций развития макроэкономической ситуации.

Анализ, проведенный по регионам Республики Беларусь, показал, что наиболее высокий индекс покупательной способности имеет Минская область, наименьший – Гомельская. В значительной степени это связано с экономическим фактором. Минская область также имеет наиболее высокий потребительский потенциал, в то время, как Гродненская область – наименьший. На его величину существенное влияние оказывает численность населения, а также уровень доходов и структура расходов. Оценка потребительских настроений была произведена только по Витебской области, поскольку данное исследование требует очного оп-

роса респондентов. По данному региону ИПН составил 81,6 %; ИТС – 86,7%; ИПО – 87,6.

Использование данной методики позволяет оценить потенциал региона при реализации товаров массового спроса в том случае, когда на объем покупок не оказывают значительного влияния ни имидж предприятия, ни какие-либо другие факторы. Рассчитанные значения индексов лежат в основе обоснования объема поставок товаров в тот или другой регион и корректировки планов сбыта продукции на конкретном рынке.

Достоинством метода является относительная простота в применении, а также использование как официальных статистических данных, так и результатов опроса населения, что позволяет повысить достоверность итоговых оценок.

Список использованных источников

1. Токарев, Б. Е. Маркетинговые исследования : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. «Маркетинг» / Б. Е. Токарев. – Москва : Экономистъ, 2005. – 624 с.

УДК 339.138 (476.5)

ОЦЕНКА ПОЛОЖЕНИЯ ОАО «ВЕСТА» НА ОСНОВЕ SWOT – АНАЛИЗА

Ю. Николаева, О.Н. Жучкевич

Разработка стратегии организации и ее реализация требует тщательного анализа внутреннего потенциала, состояния и тенденций развития факторов внешней среды. Выявление сильных и слабых сторон деятельности субъекта хозяйствования, угроз и возможностей, возникающих во внешней среде, является сутью широко известного метода SWOT-анализа.

Проведенное исследование — один из вариантов комплексной оценки отдельных составляющих SWOT-матрицы на примере ОАО «Веста». При этом для повышения качества исследования наряду с количественной оценкой характеристик внешней и внутренней среды организации целесообразно использовать экспертную оценку.

На первом этапе эксперты - специалисты организации обосновывали совокупность характеристик, определяющих сильные и слабые стороны ОАО «Веста» (таблица 1). Так, наиболее явными преимуществами ОАО «Веста» являются: устойчивое финансовое положение и наличие собственных финансовых ресурсов; высокая прибыльность; стабильное положение на рынке; эффективное использование площадей; высокая компетентность руководящего персонала.

К слабым сторонам деятельности организации относятся: текучесть кадров, недостаточное использование методов стимулирования продаж; неполный ассортимент товаров; нерациональная выкладка отдельных товаров. Экспертные оценки полностью подтверждаются анализом статистической информации организации.

Так, расчет показателей финансового состояния свидетельствует о наличии у организации условий, достаточных для признания структуры бухгалтерского баланса удовлетворительной, причем платежеспособность организации имеет устойчивый характер. Положительной тенденцией является высокая прибыльность, о чем свидетельствует увеличение прибыли за период 2007-2008 г. г. в среднем