

предприятия составит 13,56 млн. рублей. Изменение основных показателей предприятия за счет совершенствования сбытовой деятельности приведено в таблице 2.

Таблица 2 – Изменение основных показателей деятельности ООО «ДойлидФарб»

Показатель	Фактически за 2008 г.	С учетом планируемых изменений	Изменение	
			в абс. выпр.	в %
Товарооборот без налогов, млн.р.	1511	1526,56	13,56	100,90
Себестоимость реализованных товаров, млн.р.	1306	1317,67	11,67	100,89
Валовой доход (нетто) млн.р.	205	206,89	1,89	100,92
Издержки обращения, млн.р.	120	120,35	0,35	100,29
Прибыль от реализации, млн.р.	85	86,54	1,54	101,81

Приведенные расчеты еще раз убеждают в том, что коммерческая деятельность, ее методы и приемы требуют применения сугубо индивидуального подхода к каждому партнеру по бизнесу, побуждая их развивать и совершенствовать договорные условия сотрудничества в зависимости от эффективности работы каждого из них.

УДК 339.137

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДИКИ ПОСТРОЕНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ КАРТЫ РЫНКА И СИСТЕМАТИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

А.В. Романькова

*УО «Витебский государственный технологический университет»,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Конкурентная карта рынка представляет собой классификацию конкурентов по занимаемой ими позиции на рынке и служит для определения статуса конкурентов и систематизации конкурентных преимуществ

Финансовое положение конкурентов и связанное с ним распределение рыночных долей позволяет выделить ряд стандартных положений предприятия на рынке: лидер рынка, с максимальными значениями долей, аутсайдер, занимающий самые скромные позиции, и некоторые промежуточные группы. Схема определения границ представленных групп включает ряд последовательных процедур:

- 1) рассчитывается среднее арифметическое значение рыночных долей;
- 2) вся совокупность предприятий рассматриваемого рынка делится на два сектора, для которых значения долей больше или меньше среднего значения;
- 3) в каждом из секторов рассчитываются среднеквадратические отклонения, которые с минимальным и максимальным значениями определяют границы представленных групп.

При всей важности показателя рыночной доли необходимо иметь в виду, что он представляет собой статическую оценку для конкретного момента времени. В связи с тем что конъюнктурная ситуация на рынке достаточно мобильна, необходимо знать тенденцию изменения данного показателя и связанное с ней изменение конкурентной позиции предприятия. Данную тенденцию можно оценить с помощью темпа прироста доли, который рассчитывается по формуле:

$$T_i = \frac{1}{m} \cdot \frac{D_i^t - D_i^{t_0}}{D_i^{t_0}} \cdot 100\%$$

где T_i – темп прироста рыночной доли i -ого предприятия, %;
 $D_i^t, D_i^{t_0}$ – рыночная доля i -ого предприятия в период времени t (t_0), %;
 m – количество лет в рассматриваемом периоде.

Для оценки степени изменения конкурентной позиции целесообразно выделить типовые состояния предприятия по величине роста его рыночной доли. Процесс разбиения на группы аналогичен предыдущему.

Кроме абсолютной величины T_i решающее значение имеет знак данного показателя. Отрицательные значения T_i свидетельствуют о наличии тенденции уменьшения рыночной доли, положительные – ее роста, то есть констатируют ухудшение или улучшение конкурентной позиции предприятия. Чем больший интервал времени принят для рассмотрения, тем данные тенденции стабильнее.

С учетом дополнений упрощается матрица конкурентной карты рынка, основанную на перекрестной классификации размера и динамики рыночных долей конкурентов по конкретному типу продукции. Она позволяет выделить 16 типовых положений фирм, отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальной возможностью противостоять давлению конкурентов. Наиболее значимым статусом обладают фирмы 1-й группы (лидеры рынка с быстроулучшающейся конкурентной позицией), наиболее слабым – фирмы 16-й группы (аутсайдеры рынка с быстроухудшающейся конкурентной позицией). Положение фирмы в пределах каждой группы определяется величиной рыночной доли.

При равенстве рыночных долей для ранжирования конкурентов целесообразно использовать показатель стабильности их рыночных долей. Эта характеристика описывает степень приверженности потребителей к продукции предприятия и показывает, какую часть в общем объеме продаж составляют продажи постоянным потребителям, приобретающим продукцию не в первый раз. Показатель стабильности рыночной доли (C_i) можно рассчитать по следующей формуле:

$$C_i = \frac{(K_i - K_i^n)}{K_i}$$

где K_i – общее количество продукции, реализованной i -м предприятием;
 K_i^n – количество продукции i -ого предприятия, приобретенной потребителями впервые.

Использование C_i как уточняющего коэффициента позволит однозначно распределить конкурентов внутри каждой классификационной группы. Оценка статуса позволяет решить ряд взаимосвязанных задач:

- определить особенности развития конкурентной ситуации;
- установить степень доминирования конкурентов на рынке;
- выделить ближайших конкурентов и установить относительную позицию фирмы среди участников рынка.

Классификация конкурентов дает возможность систематизировать выявленные конкурентные преимущества и проследить, как они влияют на изменение конкурентной позиции предприятия. За каждой из групп на основе результатов сопоставительного анализа закрепляются причины и условия возникновения конкурентных преимуществ в разрезе товарного предложения, ценообразования, организации сетей реализации продукции и использования средств стимулирования продаж, а также их экономические результаты.

Конкурентная карта является своего рода «фильтром», который отбросит все факторы, не оказывающие влияния на улучшение экономических показателей, выделит ключевые

факторы успеха на рынке. Таким образом, формируется картина реально существующей расстановки сил в конкурентной борьбе. Она позволяет более обоснованно подходить к вопросам разработки стратегии конкуренции, учитывающей конкурентный статус фирмы, особенности ее рыночного окружения и возможности стабилизации сложившейся рыночной ситуации.

УДК 637.1:658.155(476.6)

СОСТОЯНИЕ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ (НА ПРИМЕРЕ ХОЗЯЙСТВ ГРОДНЕНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Д.В. Руденко, Е.В. Руденко; Л.И. Кузьмич

*УО «Гродненский государственный аграрный университет»,
г. Гродно, Республика Беларусь*

Одной из важнейших задач на общегосударственном уровне является поддержание государственной независимости и безопасности, основной путь достижения которой – обеспечение устойчивого развития агропромышленного комплекса и создание условий для стабильного функционирования продовольственных рынков.

Успешное решение задач, стоящих перед сельским хозяйством, возможно лишь на основе высокой экономической эффективности производства.

Молочная промышленность – одна из основных отраслей народного хозяйства, обеспечивающих население Республики Беларусь продуктами питания. Молочное скотоводство производит свыше 25 % валовой продукции сельского хозяйства страны, здесь сосредоточено 23 % производственных фондов сельскохозяйственного назначения и занято более 17 % трудовых ресурсов.

Для развития молочного скотоводства в стране имеется ряд благоприятных условий: наличие в составе сельхозугодий более трети сенокосов и пастбищ, достаточно высокий потенциал молочного стада, наличие современных технологий производства молока, большой опыт работы кадров животноводов.

В современных условиях молочный подкомплекс Беларуси является относительно стабильным. Наблюдается тенденция роста валового производства молока во всех областях республики. В 2008 г. было произведено 6,225 млн. т молока. При этом продуктивность коров в 2007г. достигла значения 4115 кг, а поголовье коров сократилось на 4% и составило в 2008 г. 1452 тыс. гол. Росту объемов производства молока способствовали хорошая обеспеченность кормами и повышение их качества, внедрение интенсивных и энергосберегающих технологий, специализация хозяйств республики.

Растет и производство молока в расчете на душу населения: в 2008 г. было произведено 643 кг, что на 6 % больше, чем в 2007 г.

Для достижения продовольственной безопасности по молоку необходимо обеспечить его производство в Беларуси на уровне 7-7,5 млн. т. Достижение данного показателя станет возможным при соответствующем изучении, оценке и анализе производства молока на уровне субъектов хозяйствования.

Рассмотрим эффективность производства молока на примере сельскохозяйственных организаций Гродненской области.

В качестве объекта исследования выступают хозяйства Гродненской области. Основным методом исследования является статистическая группировка. Группировочный признак – продуктивность коров молочного стада.