

КОНКУРЕНТНАЯ ПОЗИЦИЯ ТЕПЛИЧНЫХ ХОЗЯЙСТВ СТОЛИЧНОГО РЕГИОНА

Л.А. Казакевич,

доцент каф. информационного менеджмента, маркетинга и учета БГАТУ, канд. физ.-мат. наук, доцент

В работе проведен анализ и выявлены особенности конкуренции на рынке овощной продукции защищенного грунта. Показана роль ассортимента продукции, производственных затрат, маркетинговой стратегии и диверсификации производства в обеспечении конкурентной позиции тепличных хозяйств столичного региона.

Ключевые слова: конкурентоспособность, овощная продукция, ассортимент, тепличные хозяйства, столичный регион.

The article analyses and identifies the features of competition in the market of protected ground vegetable products. The role of commodity assortment, production costs, marketing strategy and production diversification in ensuring the competitive position of greenhouse facilities in the capital region is shown.

Key words: competitiveness, vegetable products, assortment, greenhouse facilities, capital region.

Введение

В условиях рыночных отношений конкурентная позиция предприятий на рынке является одной из ключевых проблем, от решения которой зависит успех и выживание субъектов предпринимательской деятельности. При этом решающее значение имеет установление, поддержание на необходимом уровне и повышение конкурентных преимуществ. Вопросы управления конкурентоспособностью предприятий имеют важное практическое значение и находят свое отражение в различных исследованиях [1-2].

На современном этапе экономического развития для успешной конкурентной борьбы предприятиям необходимо не только обновлять технологии и оборудование, изучать внутренний и внешний рынок и вести маркетинговые исследования, выявлять свои возможности, слабые стороны и уязвимые места конкурентов, но и оказывать управляющее воздействие на собственную конкурентоспособность и определять основные направления ее повышения.

Целью данных исследований является анализ конкурентной позиции производителей овощной продукции и ее улучшение на примере тепличных хозяйств столичного региона.

Основная часть

Овощеводство входит в число наиболее социально значимых отраслей агропромышленного комплекса. Овощи содержат большое количество витаминов и микроэлементов и необходимы людям в любом возрасте. Именно поэтому основным критерием продовольственной безопасности страны является стабильное обеспечение населения овощной продукцией [3].

В Республике Беларусь производством овощей занимается около 700 сельскохозяйственных органи-

заций. Овощные культуры возделываются на площади 85,7 тыс. га, в том числе в общественном секторе – 15,3 тыс. га, в хозяйствах населения – 64,7 тыс. га, в фермерских хозяйствах – 5,7 тыс. га. Сельскохозяйственными организациями в открытом грунте произведено 237,2 тыс. тонн овощей при средней урожайности 250,5 ц/га [4]. Особое внимание в республике уделяется производству овощей защищенного грунта. В 21 крупном тепличном хозяйстве выращивают всю линейку овощей и зелени. В таблице 1 приведены данные о валовом сборе овощей защищенного грунта [5].

Таблица 1. Производство овощной продукции в защищенном грунте,

тыс. т

Продукция	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Всего, в том числе:	123,6	121,3	113,7
огурцы	46,9	47,7	43,0
помидоры	75,4	71,8	68,5
перец, баклажаны и др.	1,3	1,8	2,2

Практически все выращенные в теплицах овощи реализуются внутри республики. На экспорт, в основном в Российскую Федерацию, идет не более 3%. Кроме овощной продукции собственного производства, в межсезонный период в торговую сеть Беларуси поступают импортные огурцы и помидоры (33 тыс. т и 9 тыс. т, соответственно, в 2021 г.) из Испании, Нидерландов, Бельгии, России.

Основными поставщиками овощей и зелени, выращенных в защищенном грунте для столичного региона, являются крупные организации: КУП «Минская овощная фабрика»; УП «Минский парниково-тепличный комбинат»; УП «Агрокомбинат «Ждановичи»; ОСП «Тепличное хозяйство» ОАО «ДОРОРС».

Производимая ими продукция представлена в таблице 2 [6-9].

Столичный регион представляет собой достаточно большой рынок сбыта овощной продукции. Тепличные хозяйства, имея собственные фирменные магазины, поставляют также свою продукцию в крупные торговые сети (ООО «Табак-Инвест» ТЦ «Корона», ООО «Евроторг», ООО «ГРИНРозница», ЗАО «Доброном») и гипермаркеты («Простор», «ГИППО», «Алми», «БелМаркетКомпани»), предприятия общественного питания. Расположение предприятий в непосредственной близости к городу дает возможность минимизировать транспортные расходы. Наличие специального транспорта с изотермическими кузовами для доставки овощей позволяет сохранить высокое качество продукции, что является одним из факторов, обеспечивающих конкурентную позицию тепличных хозяйств.

Ассортимент производимой продукции тепличных хозяйств столичного региона, на первый взгляд, представляется практически одинаковым, а колебания цен являются незначительными. Обозначить свою конкурентную позицию предприятия пытаются за счет разнообразия сортов выращиваемых овощей, а также различной зелени (табл. 2). Хорошие перспективы имеет также использование новых сортов и гибридов огурцов, томатов, перцев отечественной селекции, созданных РУП «Институт овощеводства».

Особенностью производственно-хозяйственной деятельности рассматриваемых предприятий является ее сезонный характер и значительная дифференци-

ция затрат на производство в течение года. Основной объем овощей производится в весенне-летний период, а затраты возрастают в осенне-зимний период в связи с необходимостью обогрева и подсветки теплиц. Овощеводство является достаточно трудоемкой отраслью. В таблице 3 в качестве примера представлены данные о составе и структуре затрат на производство овощной продукции КУП «Минская овощная фабрика».

Как видно, при производстве овощей открытого грунта и картофеля наибольший удельный вес в общей сумме затрат приходится на семена, удобрения и средства защиты растений, стоимость ГСМ, работы и услуги. При выращивании овощей в защищенном грунте в силу специфики технологии производства основная доля затрат приходится на энергоресурсы и оплату труда. Поэтому в качестве важных факторов, влияющих на себестоимость продукции и определяющих конкурентную позицию тепличных хозяйств, можно рассматривать сокращение ручного труда и использование более дешевых энергетических ресурсов.

Следует отметить, что достаточно большие объемы овощной продукции защищенного грунта дают тепличным хозяйствам основную прибыль, но рентабельность держится на уровне 1 % из-за высоких затрат на содержание и обогрев теплиц. В летний период значительную конкуренцию для тепличных хозяйств столичного региона составляет продукция фермерских и личных подсобных хозяйств. Они выращивают овощи в открытом грунте и имеют более низкие затраты.

Важную роль для обеспечения конкурентной по-

Таблица 2. Продукция тепличных хозяйств

Предприятие	Производимая продукция	Площадь теплиц, га
КУП «Минская овощная фабрика»	Огурцы короткоплодные и среднеплодные, томаты, в том числе и сливовидные, баклажаны, перец сладкий, лук зеленый, укроп, петрушка, руккола, базилик	18,5
УП «Минский парниково-тепличный комбинат»	Томаты стандарт и черри, огурцы средне- и длинноплодные, салат, лук зеленый, петрушка, сельдерей, базилик, меллисса, кинза, щавель	11,07
УП «Агрокомбинат «Ждановичи»	Огурцы среднеплодные, томаты, перец сладкий, баклажаны, зелень	31,4 га
ОСП «Тепличное хозяйство» ОАО «ДОРОРС»	Томаты, огурцы, перец, баклажаны, салат	46,3

**Таблица 3. Состав и структура затрат на производство овощной продукции
КУП «Минская овощная фабрика»**

Статьи затрат	Овощи открытого грунта		Овощи защищенного грунта		Картофель	
	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%	тыс. руб.	%
Затраты, всего:	415	100	13626	100	201	100
в том числе: оплата труда с начислениями	53	12,8	2974	21,8	20	9,9
семена	84	20,2	479	3,5	37	18,4
удобрения и средства защиты	48	11,5	1244	9,1	59	29,4
работы и услуги	138	33,3	251	1,9	50	24,9
стоимость ГСМ	82	19,8	42	0,3	29	14,4
стоимость энергоресурсов	-	-	6319	46,4	-	-
прочие прямые затраты	4	1,0	692	5,1	-	-
затраты по организации производства	6	1,4	1625	11,9	6	3

зиции тепличных хозяйств играет их маркетинговая стратегия. Влияние на нее оказывают предпочтения и вкусы потребителей, реклама, имидж организации, ситуация на рынке и ряд других факторов. В современных условиях эффективным является использование различных маркетинговых инструментов:

– стимулирование потребителей и деловых партнеров (подарки, сувенирная продукция, бесплатные пробы во время проведения акций-дегустиаций);

– публикации в средствах массовой информации и в Интернете;

– участие в выставочно-ярмарочных мероприятиях, проводимых в Беларуси и России (Белорусская агропромышленная неделя «Белагро», международная выставка «Продэкспо», специализированная выставка «Защищенный грунт России», сельскохозяйственный форум «Тепличная отрасль»).

Еще одним аспектом, позволяющим тепличным хозяйствам усилить свою конкурентную позицию в столичном регионе, является использование защищенного грунта для производства не только овощей и зелени, но и диверсификации производства. Так, в ОСП «Тепличное хозяйство» ОАО «ДОРОРС» выращиваются ягоды (клубника) и цветы (розы – 21 сорт, тюльпаны – 10 сортов) [6]. В УП «Агрокомбинат «Ждановичи» занимаются выращиванием роз (22 сорта), а также разведением шмелей для опыления растений в закрытом грунте [7]. УП «Минский парниково-тепличный комбинат» предлагает тюльпаны широкой цветовой гаммы (15 сортов), розы (12 сортов) и рассаду однолетних, двулетних, многолетних цветов (32 сорта) [8]. КУП «Минская овощная фабрика» дополняет ассортимент овощей общеукрепляющими, успокаивающими, тонизирующими чайными напитками и фиточаями (36 видов), лекарственными травами (11 наименований) [9]. Такая диверсифицированная продукция, по сути, является конкурентоспособной для ее экспорта и импортозамещения.

Заключение

Конкуренция возникает в том случае, когда на одном и том же рынке продается много близких по своим потребительским свойствам товаров. Суть конкурентной борьбы состоит в улучшении или сохранении конкурентной позиции предприятия на рынке, что достигается за счет эффективного использования всех имеющихся ресурсов. Для тепличных хозяйств актуальным является отличие поставляемой продукции от продукции конкурентов, как по степени соответствия ее конкретным потребностям покупателей, так и по затратам на их удовлетворение. Важно сохранять долгосрочные партнерские отношения с потребителями, расширять рынки сбыта на территории Республики Беларусь и за ее пределами. Здесь может быть полезен опыт Российской Федерации, где создана ассоциация «Теплицы России», в которую входит более 100 тепличных хозяйств [10]. Ассоциация призвана защищать интересы тепличных пред-

приятий, изучать и внедрять достижения научно-технического прогресса на предприятиях защищенного грунта, а также заниматься международным сотрудничеством и продвижением продукции на рынки дальнего и ближнего зарубежья.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – Москва: Юнити-Дана, 2017. – 296 с.

2. Зборина, И.М. Конкурентоспособность организации: учебно-методич. пособие для студентов экономических специальностей / И.М. Зборина. – Пинск: ПолесГУ, 2017. – 124 с.

3. О Государственной программе «Аграрный бизнес» на 2021-2025 гг. [Электронный ресурс]: постановление Совета Министров Респ. Беларусь, 1 февр. 2021 г., № 59 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. Режим доступа: https://pravo.by/upload/docs/op/C22100059_161290. – Дата доступа: 26.12.2022.

4. Статистический сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika>. – Дата доступа: 26.12.2022.

5. Могут ли наши тепличные комбинаты полностью обеспечить импортозамещение тепличных томатов и огурцов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.sb.by/articles/otkrytoe-okno-vozmozhnostey-zakrytogo-grunta.html>. – Дата доступа: 26.12.2022.

6. Официальный сайт ОСП «Тепличное хозяйство» ОАО «ДОРОРС» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dorors.by>. – Дата доступа: 26.12.2022.

7. Официальный сайт УП «Агрокомбинат «Ждановичи» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.akz.by>. – Дата доступа: 26.12.2022.

8. Официальный сайт УП «Минский парниково-тепличный комбинат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.greenstolitsa.by>. – Дата доступа: 26.12.2022.

9. Официальный сайт КУП «Минская овощная фабрика» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mof.by>. – Дата доступа: 26.12.2022.

10. Ассоциация «Теплицы России» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusteplica.ru>. – Дата доступа: 26.12.2022.

ПОСТУПИЛА В РЕДАКЦИЮ 23.01.2023