

КОНКУРЕНЦИЯ ТЕПЛИЧНЫХ ХОЗЯЙСТВ СТОЛИЧНОГО РЕГИОНА

Казакевич Л.А. (БГАТУ, г. Минск)
Сидорок Н.М. (БГАТУ, г. Минск)

Конкуренция предприятий в условиях рыночных отношений является одной из ключевых проблем, от решения которой зависит успех и выживание субъектов предпринимательской деятельности. Решающее значение при этом имеет установление, поддержание на необходимом уровне и повышение конкурентных преимуществ. Вопросы управления конкурентоспособностью предприятий важны с практической точки зрения и находят свое отражение в различных исследованиях [1-3]. Целью данной работы является анализ конкурентной стратегии производителей овощной продукции на примере тепличных хозяйств столичного региона Беларуси.

Так как овощеводство входит в число наиболее социально значимых отраслей агропромышленного комплекса, то именно поэтому основным критерием продовольственной безопасности страны является стабильное обеспечение населения овощной продукцией [4]. В Республике Беларусь производством овощей занимается около 700 сельскохозяйственных организаций. Овощные культуры возделываются на площади 85,7 тыс. га, в том числе в общественном секторе – на 15,3 тыс. га, в хозяйствах населения – на 64,7 тыс. га, в фермерских хозяйствах – на 5,7 тыс. га. Сельскохозяйственными организациями в открытом грунте произведено 237,2 тыс. тонн овощей при средней урожайности 250,5 ц/га [5].

Особое внимание в Беларуси 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].

Практически все выращенные в теплицах овощи реализуются внутри республики. На экспорт в основном в Россию 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.

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
перцы, баклажаны и др.	1,3	1,8	2,2

Конкуренция производителей овощей защищенного грунта в столичном регионе достаточно высокая. Основными поставщиками овощной продукции для г. Минска являются крупные организации:

- УП «Агрокомбинат «Ждановичи»;
- КУП «Минская овощная фабрика»;
- УП «Минский парниково-тепличный комбинат»;
- ОСП «Тепличное хозяйство» ОАО «ДОРОРС».

Столичный регион и г. Минск представляют собой достаточно большой рынок сбыта овощной продукции. Тепличные хозяйства, имея собственные фирменные магазины, поставляют свою продукцию в крупные торговые сети и гипермаркеты: ООО «Табак-Инвест» ТЦ «Корона»; ООО «Евроторг»; ООО «ГРИНрозница»; ЗАО «Доброном»; гипермаркеты «Простор», «ГИППО», «Рублевский», «Алми», «БелМаркет Компани»; предприятия общественного питания.

Расположение тепличных хозяйств 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, обеспечивающим 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 стратегию предприятия пытаются за счет разнообразия сортов выращиваемых овощей, а также различной зелени. Влияние на нее также оказывают предпочтения и вкусы потребителей, реклама, имидж организации, ситуация на рынке и ряд других факторов.

Особенностью производственно-хозяйственной деятельности тепличных хозяйств является ее сезонный характер и значительная дифференциация 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 основная доля затрат приходится на энергоресурсы. При выращивании овощей в защищенном грунте в силу специфики технологии производства высокая доля затрат приходится также и на оплату труда. Поэтому в качестве важных факторов, влияющих на себестоимость продукции и определяющих конкурентную стратегию тепличных хозяйств, можно рассматривать использование более дешевых энергетических ресурсов и сокращение ручного труда.

Следует отметить, что тепличным хозяйствам в летний период значительную конкуренцию составляет продукция фермерских и личных подсобных хозяйств, которые выращивают овощи в открытом грунте и имеют более низкие затраты.

Эффективность производства овощей в значительной степени определяется также применением высокопродуктивных сортов и гибридов овощных культур. В защищенном грунте можно выращивать такие высокоурожайные сорта и гибриды томатов, как «Герман F1», «Сытый хозяин F1», «Пень F1», «Вельможа», «Любаша F1», «Толстой», «Пламя F1», «Принц Борже», «Русская душа», «Канадский великан», «Рекордсмен мира», «Абхазец» и «Черномор», Физума F1. Урожайность этих сортов составляет в передовых тепличных хозяйствах до 60-65 кг/м². В защищенном грунте можно выращивать такие современные сорта и гибриды огурцов как Изумрудные сережки F1, Пучковый Бум F1, Аристан F1, Бьерн F1, Конни F1, Миранда F1. Урожайность их достигает 75-80 кг/м².

Важную роль для обеспечения конкурентной позиции тепличных хозяйств играет их маркетинговая стратегия и различные маркетинговые инструменты. Они направлены на сохранение долгосрочных партнерских отношений с потребителями, расширение рынков сбыта на территории Республики Беларусь и на экспорт. Основной задачей является предложение на рынок продукции, отвечающей по качеству требованиям потребителей и конкурентоспособной по цене.

ЛИТЕРАТУРА

1. Олехнович, Г.И. Конкурентная стратегия на мировых рынках. – Москва: Изд. деловой и учебной литературы, 2015. – 256 с.
2. Философова, Т.Г. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность / Т.Г. Философова, В.А. Быков. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 296 с.
3. Зборина, И.М. Конкурентоспособность организации: учебно-методическое пособие для студентов экономических специальностей / И.М. Зборина. – Пинск : ПолесГУ, 2017. – 124 с.
4. Государственная программа «Аграрный бизнес» на 2021-2025 годы. – Минск : 2021.
5. Статистический сборник Национального статистического комитета Республики Беларусь, 2021 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika>. – Дата доступа: 25.04.2022.

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Каминский С.Ю. (БНТУ, г. Минск)

Фомиченок Я.Д. (БНТУ, г. Минск)

Для любого предприятия, которое стремится повысить прибыль и удовлетворить запросы своих клиентов, повышение эффективности сбытовой деятельности является одной из ключевых задач. Хороший сбыт увеличивает не только объем продаж, но и повышает имидж компании, учитывая ее позицию на рынке и обеспечивает постоянный рост компании.

Чтобы повысить эффективность сбытовой деятельности, необходимо применять комплексный подход, который включает в себя несколько основных моментов.

Во-первых, необходимо провести анализ рынка и потребностей клиентов. Чтобы выбрать идеальную динамику сбыта и создать продукт, отвечающий запросам рынка, необходимо изучить рыночные тенденции, конкурентность и поведение потребителей.

Во-вторых, важно оптимизировать продажу. Это включает в себя повышение квалификации сотрудников, улучшение обслуживания клиентов, создание эффективных маркетинговых и торговых стратегий, а также использование передовых технологий для автоматизации операций.

Управление продажами — это третий важный шаг. Необходимо постоянно наблюдать за динамикой продаж, анализировать данные и корректировать изменения, чтобы адаптироваться к изменениям рынка.

Установление четких целей и повышение мотивации сотрудников также имеет решающее значение. Чтобы повысить эффективность сбытовой деятельности, также важно улучшить отношения с клиентами. Оптимизация производственных процессов может включать в себя повышение производительности оборудования, автоматизацию производственных линий, оптимизацию процессов сборки и качество применение новых технологий, таких как автоматизированные системы, 3D-печать и искусственный интеллект. Кроме того, за счет управления производством может значительно улучшиться эффективность технологии производства.

Повышение квалификации сотрудников может быть достигнуто за счет ознакомление с новыми технологиями и техниками работы, которые позволяют им лучше приспособиться к изменениям, происходящим во время производственного процесса и быстрее реагировать на изменения, происходящие на рынке.

Оптимизация логистики с оптимизацией складских операций и быстрый процесс доставки товара являются ключевыми компонентами для повышения эффективности сбытовой деятельности компаний. Построение долгосрочных отношений с клиентами повышает лояльность и повторные покупки.

Можно выделить следующие дополнительные пути повышения эффективности сбытовой деятельности предприятия:

1) Снизить схематичность моделей развития сбытовой деятельности предприятия, сделать ее более адаптированной под конкретную ситуацию;

Это осуществимо с помощью изучения рынка и потребностей клиентов более детально для создания более