

читать его комплексное использование и расширение видовой структуры выпускаемой молочной продукции;

- обоснование объемов и ассортимента ввозимой в регион и вывозимой молочной продукции с учетом удовлетворения потребительского спроса местного населения;

- образование интегрированных структур по производству молока, его переработке и реализации молочной продукции, обеспечивающих снижение совокупных издержек при доведении продукции от производителя до потребителя;

- разработка механизма экономических отношений между поставщиками молочного сырья и основными потребителями молочной продукции, основанных на взаимном интересе и ответственности;

- формирование механизма управления региональным рынком молока и молочной продукции, направленного на устойчивость его функционирования и бесперебойное обеспечения населения региона молочной продукцией.

Эти направления должны получить развитие при разработке прогнозов формирования и функционирования региональных рынков молочных продуктов.

*Н.П. Драгун, ст. преподаватель
ГГТУ им. П.О. Сухого (Гомель)*

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ КОНЪЮНКТУРЫ РЫНКА НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В результате проведенных исследований установлено, что конкурентоспособность перерабатывающих предприятий в большой степени определяется конъюнктурой рынков, на которых они функционируют.

Известно, что *конъюнктура рынка*, рассматриваемая как фактор конкурентоспособности предприятия — это сложившаяся в определенный период времени экономическая ситуация, характеризующаяся совокупностью показателей, выражающих состояние сырьевого и товарного рынков, а также взаимодействием предприятий рассматриваемой отрасли между собой и производителями товаров-заменителей, в которой протекает их хозяйственная деятельность.

Таким образом, конъюнктура рынка, рассматриваемая как фактор конкурентоспособности перерабатывающих предприятий, определяется пятью основными группами показателей, характеризующих:

- предложение на сырьевом рынке (индексы объема производства и экспорта (импорта) сырья, коэффициент товарности, индекс закупочных цен, эластичность предложения сырья по ценам и др.);

- спрос на рынке готовой продукции (индекс емкости рынка, цен, эластичность спроса по ценам, доходу потребителей и др.);

- воздействие со стороны производителей товаров-заменителей (перекрестная эластичность спроса на товар-заменитель по цене рассматриваемого товара, индекс цен на товары-заменители, рост их параметров качества, расходов производителей товаров-заменителей на стимулирование сбыта и др.);

- внутриотраслевое конкурентное взаимодействие перерабатывающих предприятий (индексы интенсивности использования методов конкуренции — изменение цен, качества продукции, расходов на стимулирование сбыта и др.);

• воздействие со стороны потенциальных конкурентов (проявляется в долгосрочном периоде; показатели — индекс снижения эффекта масштаба в рассматриваемой отрасли, потребности в капитале и др.).

Эмпирическая верификация изложенных выше теоретических положений на примере предприятий молочной промышленности Гомельской области дает возможность получить следующую регрессионную модель:

$$Kt^{прод} = -10,68 - 1,96 \cdot U_{\kappa} + 1,55 \cdot I_{p}^{кон.прод} + 4,64 \cdot I_{q}^{сырья} + 7,02 \cdot Kt^{прод} + 1,05 \cdot Вл,$$

(-2,85)
(4,38)
(2,19)
(6,33)
(3,02)

где $Kt^{прод}$ — расчетное значение конкурентоспособности (оцененной по показателю относительной рентабельности активов) исследуемых молочных предприятий, коэфф.; U_{κ} , $I_{p}^{кон.прод}$, $I_{q}^{сырья}$ — показатели конъюнктуры рынка: уровень конкуренции в отрасли изучаемых предприятий, индекс цен на молочную продукцию, индекс закупочных цен на молоко, коэфф.; $Kt^{прод}$, $Вл$ — конкурентные преимущества исследуемых предприятий: конкурентоспособность продукции и рыночная власть, коэфф.

Полученная зависимость является статистически значимой, что подтверждается значениями $F_{набл}(5,53) = 19,79$ при $\alpha = 0,05$, $t_{набл} > t_{кр}$ при коэффициентах регрессии, а также тестами на выполнение условий Гаусса—Маркова. Зависимость позволяет объяснить 65 % вариации уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий, что на 17 п.п. выше зависимости, не включающей показателей конъюнктуры рынка.

Таким образом, конъюнктура рынка является важным фактором конкурентоспособности молочных предприятий. Для предприятий Гомельской области (с точки зрения влияния на конкурентоспособность) значимыми являются такие характеристики конъюнктуры рынка, как уровень конкуренции в отрасли изучаемых предприятий (направление влияния — отрицательное), индекс цен на молочную продукцию, индекс закупочных цен на молоко (направление влияния — положительное).

М.К. Жудро, д-р экон. наук, профессор

БГЭУ (Минск);

Н.В. Жудро, канд. экон. наук, доцент

БГСХА (Горки)

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОГО КОРПОРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТА АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Аналитические исследования сохранения в реформированных хозяйствах менеджмента, практикуемого ранее в колхозах, совхозах, способствует доминированию психологии руководителей, специалистов, базирующейся на стремлении получения доступа к кредитам, субсидиям, гарантированным ценам и установленной государством схеме приобретения ресурсов и реализации продукции. В условиях отсутствия эффективной рыночной среды, сильной конкуренции создаются возможности для экономически неоправданных сделок, а порой и спекулятивных действий со стороны директората реформированных предприятий. В то же время изучение прак-