

Литература

1. <http://belstat.gov.by/> – Сайт Министерства статистики Республики Беларусь.
2. Шимов В. Н. Белорусский экономический журнал, №2 (39), 2007 – С. 143.
3. Никитенко П. Г. Инновационная деятельность и устойчивое развитие. Теория и методология / П.Г.Никитенко, А.В. Марков. – Минск: НО ООО «БИП-С», 2003. – 91 с.
4. Друкер. П. Ф. Бизнес и инновации / Питер Друкер : Пер. с англ. - М.: ООО " И. Д. Вильямс", 2007. – 432 с.
5. Балабанов И. Т. Инновационный менеджмент / Игорь Балабанов. - СПб.: Питер, 2000. – 208 с.
6. Тычинский А. В. Управление инновационной деятельностью компаний: современные подходы, алгоритмы, опыт. – Таганрог: ТРТУ, 2006. – 198с.

©БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ КУП «МИНСКАЯ ОВОЩНАЯ ФАБРИКА» НА РЫНКЕ ОВОЩНОЙ ПРОДУКЦИИ

О. Г. МАРЧУК, И. В. МИРОЧИЦКАЯ

The article describes the method of improving the structure of the assortment of grown vegetables using the method of rank analysis with the program STATISTIKA taking «Minsk Vegetable Factory» as the example

Ключевые слова: эффективность, конкурентные позиции, резервы, ранговый анализ, маркетинг

Рыночные отношения сформировали новые требования к конкурентоспособности предприятия и производимой им продукции. Конкурентоспособность продукции и конкурентоспособность предприятия во многом зависит от возможностей последней создать и сохранить конкурентное преимущество.

КУП «Минская овощная фабрика» специализируется на выращивании овощей защищенного грунта, которые в выручке от реализации продукции предприятия составляют 87,2 %. Для предприятия характерен динамичный рост производства овощей, валовой сбор которых с 2004 по 2009 годы возрос в 2,5 раза.

Результаты сравнительной оценки эффективности производства овощей в КУП «Минская овощная фабрика» и в УП «Агрокомбинат «Ждановичи» показали, что фабрика, по сравнению с агрокомбинатом, имеет более высокую себестоимость 1 тонны овощей за счет более высоких затрат на электроэнергию и семена и на 5 кг/м² отстает по урожайности. В то же время она выгодно отличается более высокой средней ценой реализации 1 т овощей, что обеспечивает ей конкурентные преимущества на рынке овощей г. Минска. Это достигнуто за счет выращивания более дорогостоящей зеленой продукции.

В результате исследований были выявлены неиспользованные резервы роста прибыли за счет увеличения объема реализации и снижения себестоимости 1 т овощей. Расширение посевной площади на 30000 м² и роста урожайности огурцов на 10,5 кг/м² и томатов на 1,5 кг/м² предоставит возможность дополнительно получить 1165,0 млн. руб прибыли. Реализация мероприятий энергосбережения позволит увеличить прибыль на 187,7 млн. руб.

Для повышения конкурентоспособности продукции КУП «Минская овощная фабрика» необходимо наличие следующих условий: высокая урожайность; более низкая, чем у конкурентов, себестоимость; максимизация объемов производства и реализации овощей защищенного грунта в осенне-зимний и зимне-весенний период, когда цены на овощи высокие; разнообразие ассортимента овощей, качественная продукция.

Определить, насколько структура является экономически рациональной, позволяет метод рангового анализа, который заключается в установлении связи между показателями, характеризующими ее, такими, как: удельный вес каждого вида продукта в общем объеме производства (продаж); показатель выгодности продукта [1].

Проведенные расчеты по совершенствованию структуры ассортимента выращиваемых овощей (3-я стратегия) методом рангового анализа на примере КУП «Минская овощная фабрика» с помощью прикладной программы STATISTICA показали, что в результате увеличения объема реализации на 2484,1 т, снижения себестоимости 1 т производимых овощей на 17 тыс. руб предприятие сможет увеличить маржинальный доход на 2269 млн. руб.

Литература

1. Мелких, Е.Г. Как сделать структуру ассортимента экономически рациональной // Экономика. Финансы. Управление. 2007. – № 7. – С. 13–19.