

## АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОВОЩНОГО ПОДКОМПЛЕКСА (НА ПРИМЕРЕ ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

Ильченко А.Н., Абрамова Е.А.

*Ивановский Государственный Химико-Технологический университет, Иваново*

**В рыночной экономике предприятия действуют в условиях конкуренции. Изучая потребителей, не следует забывать о конкурентах. Конкурент – важный элемент инфраструктуры системы маркетинга, оказывающий влияние на маркетинговую стратегию предприятия в отношении товара, поставщиков, покупателей. Исследование позиций конкурентов, а так же анализ конкурентной среды, в которой действуют предприятия, охватывает широкий спектр вопросов и требует привлечения значительного объема информации. Анализ информации, её интерпретация позволяют специалистам вывести обоснованные оценки по каждому фактору конкуренции и охарактеризовывать общее положение предприятий на рынке по отношению к основным конкурентам.**

Овощеводство – важная отрасль сельского хозяйства. В ней производится продукты питания, отличающаяся прекрасными вкусовыми достоинствами, содержащие необходимые человеку витамины, кислоты, минеральные соли. Однако потребление овощной продукции в Ивановской области и в целом по России постепенно снижается. Так, если в 1980г. потребление овощей на душу населения составляло 84 кг., то в настоящее время этот показатель составляет 70-75 кг. (научно-обоснованная норма потребления овощей 146 кг. в год).

Расслоение населения по доходам привело к тому, что для наиболее обеспеченных покупате-

лей уровень потребления овощей приблизился к заданным стандартам; в то же время основная часть российских граждан вынуждена отказываться себе в приобретении овощей, вследствие низкой платежеспособности.

Нарушение хозяйственных связей, системы заготовок, неудовлетворительное материально-техническое обеспечение, резкое удорожание энергоресурсов, монопольные цены на средства производства, необоснованно высокие налоги, правовая незащищенность хозяйств, недостаточная государственная поддержка и т.д. привели к заметному спаду производства овощей (табл. 1).

**Таблица 1.** Производство овощей в Ивановской области

Показатель	1995	1996	1998	1999	2000	2001
Посевная площадь, тыс.га, в том числе с/х предприятиях	6,0 1,6	5,7 1,3	5,1 0,8	5,2 0,8	5,2 0,8	4,9 0,5
Урожайность, ц с га, в том числе в с/х предприятиях	142 81	172 111	85 120	166 161	161 162	127 129
Валовой сбор, тыс. т, в том числе в с/х предприятиях	92,3 21,6	108,4 24,7	53,7 18,8	94,8 22,2	95,4 24,9	72,4 16,9

Производство овощей осуществляется как в сельскохозяйственных предприятиях, так и в

личных подсобных хозяйствах населения (табл. 2)

**Таблица 2.** Удельный вес производства овощей по категориям хозяйств Ивановской области (в % от хозяйств всех категорий)

Категории хозяйств	1995	1996	1998	1999	2000	2001
Сельскохозяйственные предприятия	23,4	22,8	35,0	23,4	26,0	23,4
Личные подсобные хозяйства населения	76,2	76,9	63,9	76,0	72,8	75,9
Крестьянские (фермерские) хозяйства	0,4	0,3	1,1	0,6	1,2	0,7

Несмотря на значительный спрос населения на овощи, сельскохозяйственные предприятия

вынуждены сокращать посевные площади под ними, так как не могут составить конкуренцию

индивидуальным производителям данной продукции. Сельскохозяйственным предприятиям производство овощей обходится дороже, чем хозяйствам населения, и складывающаяся ситуация с уровнем цен на рынке на овощи на рынке ведет к сокращению данного производства. Только в 1999г. впервые за последние 8 лет сельскохозяйственные предприятия увеличили посевные площади на 2%. Объемы сбора увеличились по сравнению с 1999 годом на 76,5% и составили 94,8 тыс. тонн.

Сохраняется тенденция самообеспечения населения овощами. Личные хозяйства остаются основными их производителями. В 2001 году здесь получили около 76% урожая овощей, тогда как в общественном секторе только 23,4% (0,7% приходится на долю крестьянских хозяйств)

Преобладание основного производства овощей в частном секторе объясняется рядом конкретных причин. Существенное влияние оказало общее снижение уровня жизни значительной части населения, что вынудило выращивать овощи для своего питания. Не менее важным стимулирующим фактором роста объема производства в хозяйствах населения является и то, что здесь товаропроизводители сами устанавливают цены реализации своей продукции и сами определяют рынок сбыта во время реализации. Хозяйства населения, как правило, имеют хорошие условия хранения овощей, и потери здесь незначительны. Кроме того, большую часть овощей владельцы хозяйств населения реализуют в консервированном виде. В целом продукция, реализуемая хозяйствами населения, отличается высоким качеством, конкурентоспособностью и, несмотря на большую трудоемкость, обеспечивает достаточно высокий уровень рентабельности производства.

Ассортимент выращиваемых в хозяйстве овощей гораздо шире, чем в сельхозпредприятиях, где большая часть посевных площадей (более 80%) заняты под такими культурами, как: капуста – 29,4%, помидоры – 16, морковь – 13,1, лук репчатый – 11,8, свекла – 11,1%.

Каков потенциал и каковы перспективы этого сектора сельского хозяйства? Без учета коллективных садов и огородов число хозяйств населения (включая владельцев индивидуальных жилых домов, используемых для летнего отдыха), связанных сельхозпроизводством, составляет приблизительно 100 тыс. Анализ показателей производства отдельных видов продукции на 1 домашнее хозяйство позволяет сделать любопытные выводы. Объем товарной продукции находится в рамках 3-4ц на один двор, что при средних нормах потребления 70-75 кг. дает воз-

можность обеспечить овощами от 3-х до 6 человек.

Приведенные нами расчеты показывают, что потенциал земли население использует более эффективно, чем в среднем сельскохозяйственными предприятиями.

Фермерство в настоящее время не играет значительной роли в общем объеме сельскохозяйственного производства. Эффективность деятельности фермеров оказалась заметно ниже, чем предполагалось. Располагая порядка 2% общей площади сельхозугодий, 10% тракторов, фермерские хозяйства Ивановской области в настоящее время производят менее 1% всей сельскохозяйственной продукции.

Проследивая тенденции развития рынка овощей в настоящие годы, необходимо отметить, что основная их масса, произведенная на индивидуальных огородах, используется для личного потребления. Разнообразная овощная продукция поступает на рынок в период массовой уборки, когда овощи заготавливают впрок.

В остальное время года ассортимент свежих овощей поддерживается за счет импорта. В настоящее время наблюдается рост закупок овощей по импорту. В 2002 году было закуплено на 19,8% больше чем в 2001 году. Это позволило частично покрыть недостаточную потребность населения в овощах.

Спрос на овощи зависит от их производства в личных хозяйствах и платежеспособности населения. Он остается достаточно низким относительно других продуктов питания. В структуре розничного товарооборота овощи занимают около 3%, так как население само производит основной их объем.

Овощи, как и любой товар, реализуется по разным ценам в зависимости от спроса и предложения, места и времени продаж, условий сделки, типа рынка, содержания ценовой информации, ее полноты и других факторов. Для овощей характерны сезонные колебания цен в течение года, месяца и даже недели. Такие колебания связаны с сезонностью производства в отрасли. Они относятся к краткосрочным и проявляются по большинству видов овощной продукции, срок хранения которой ограничен или отсутствует возможность их хранения в условиях хозяйства. Сезонные колебания связаны с периодами значительного увеличения предложения, низкой эластичностью спроса по сравнению с эластичностью предложения. На овощи самые низкие цены складываются на рынке в период массового сбора урожая и некоторое время после него, далее повышаются вплоть до поступления продукции урожая следующего год.

Колебания розничных цен также носят сезонный характер. С начала года цена стабильно повышается и достигает максимального размера к июню. С июля она начинает снижаться и минимальной становится в октябре – в момент массового поступления овощной продукции на прилавки.

По отдельным культурам тенденция изменения розничных цен во времени примерно одинакова из года в год. Такая закономерность сохраняется и в дальнейшем.

Разброс цен по видам овощей продукции достаточно высок, что также влияет на потребительский рынок и его ассортимент. Основную долю в поставляемых сельскохозяйственными товаропроизводителями овощах занимают те, которые имеют относительно низкие розничные цены, что значительно объединяет рынок. На овощи с высокими ценами – меньший спрос, поэтому производители не стремятся увеличивать их производство.

Сокращение промежуточных затрат между стадиями выращивания и реализации овощей будет способствовать увеличению их роста производства росту объема сбыта. Создание прямых каналов реализации позволит снизить розничные цены и сделать овощи более конкурентоспособными на потребительском рынке.

Значительное влияние на величину розничных цен в межсезонье оказывает импорт овощной продукции. В это время, особенно перед массовой уборкой урожая, основные потребности населения в овощах покрываются за счет него. Наибольший объем импорта приходится на II и III кварталы года (более 60%). Ассортимент импортируемых овощных культур достаточно широк. Основную долю составляют те виды продукции, которые производятся в недостаточном количестве для внутреннего потребления, скоропортящиеся и не производимые в России совсем. Несмотря на низкую платежеспособность населения, данная продукция имеет спрос. Однообразный ассортимент овощей собственного производства не может составить конкуренцию на рынке потребления, что также будет способствовать росту импорта.

В результате реформирования системы закупок сельскохозяйственной продукции и демополизации заготовительной сферы осуществляется переход к рыночной системе сбыта сельскохозяйственной продукции, основанной на свободном движении товаров, отмене ограничений при выборе деловых партнеров. Минувшая заготовительную сеть, сельскохозяйственными товаропроизводителями в 2000 г. было реализовано более 80% овощей. при дальнейшем сокращении

реализации овощей через заготовительные организации остро встает вопрос развития альтернативных каналов сбыта. Основной объем овощной продукции реализуется через предприятия торговли -69% и только 31% на рынках. Причем 86% всей овощной продукции реализуют предприятия негосударственной формы собственности и только 14% - государственные через предприятия торговли. Овощная продукция реализуется также через собственную торговую сеть, предприятиями общественного питания.

Основную долю в ассортименте овощей, реализованных сельскохозяйственными товаропроизводителями региона в последние годы, составляет продукция открытого грунта: капуста – 30%, помидоры – 16, морковь – 13, лук репчатый – 12, свекла – 11%. Изменения в структуре потребления овощей могут способствовать улучшению экономических и финансовых показателей отрасли. Для этого необходимо учитывать, что особенность потребительского рынка овощей заключается в резко выраженной сезонной реализации. Только 25% овощей реализуются в первом полугодии, а 75% во втором.

Для снижения сезонных колебаний цен создаются запасы путем закладки продукции на хранение. В этом случае товаропроизводители могут отложить реализацию продукции, ожидая повышения рыночных цен. Однако не все они и имеют необходимые условия для хранения, кроме того, затраты могут быть слишком высокими и не возместятся ожидаемым повышением цен.

Создание резервных запасов за счет хранения влияет на предложение сельскохозяйственных продуктов в течение года. Размер предложения не меняется, а происходит его выравнивание внутри долгосрочного периода. Хранение сельскохозяйственной продукции требует больших затрат связано с риском и неопределенностью. Высокие затраты на хранение и неизбежное снижение качества даже при использовании прогрессивных технологий делают более целесообразным ежегодное повышение производства сельскохозяйственной продукции.

Кроме сельхозпредприятий, которые производят и реализуют продукцию в плодоовощном подкомплексе Ивановской области, входят предприятия по переработке продукции: завод «Консервщик» г. Кохма, «Шуйский райпищекombinat» г. Шуя.

В консервной промышленности населения спад производства (55,9% к уровню 86-90 гг.) не характеризует отставание производства от норм потребления, которое составляет 16%.

**Таблица 3.** Основные производственные показатели перерабатывающих предприятий.

	в среднем 86-90гг.	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Производство плодоовощных консервов, млн. усл. банок	5,9	1,4	1,3	0,6	0,9	1,5	3,3	8,35
Использование производственных мощностей (%)	44	18,4	17,6	9,1	15,2	10	36,7	48,5
Производство плодоовощных консервов на душу населения области, усл. банок	4,53	1,07	1,0	0,46	0,69	1,15	2,53	6,42

Поэтому в последние годы переработкой сельскохозяйственного сырья все чаще стали заниматься и сами сельхозпроизводители, в том числе небольшие фермерские и крестьянские хозяйства. Естественно, у начинающих предпринимателей возникает множество вопросов организационного, экономического и технологического порядка, которые помогут решить только специалисты.

Большим успехом пользуется технология замораживания (быстрая заморозка) овощей, фруктов и ягод. Анализ овощного рынка России показывает, что в последние годы многие покупатели, особенно жители крупных городов, все чаще стали отдавать предпочтение быстрозамороженным овощам. Данный способ переработки позволяет наиболее полно сохранить как вкусовые качества овощей, так и питательные вещества, и витамины, содержащиеся в них. Кроме того, этот способ является одним из самых экономичных при длительном хранении скоропортящихся фруктов и овощей. Стоимость комплекта оборудования для этого вида переработки колеблется в пределах от 12 тыс. до 250 тыс.у.е

В нашем регионе эти затраты можно существенно сократить, используя недозагруженные холодильные емкости Ивановского хладокомбината.

Информация о формировании конкурентной среды функционирования предприятий овощного подкомплекса Ивановской области составляет основу для проведении оценки конкурентоспособности предприятия и производимой ими продукции.

Очевидно, стандартного подхода к оценке конкурентоспособности сельскохозяйственной продукции не существует и он не должен существовать. Тем не менее, в условиях возрастающей конкуренции на аграрном отечественном рынке, которая обуславливает стремление сельхозтоваропроизводителей к максимальному

удовлетворению потребителей, для определения уровня конкурентоспособности производимой и реализуемой сельскохозяйственной продукции прежде всего следует проводить всесторонний анализ состояния конкурентной среды функционирования предприятий.

Результаты проведенных исследований служат основой формирования конкурентных стратегий и тактики деятельности, направленных на создание благоприятных экономических условий функционирования конкретного предприятия по сравнению с предприятиями-конкурентами. После проведения контроля за выполнением мероприятий и оценки результатов работы хозяйств по обеспечению конкурентоспособности продукции необходимо вновь переходить к анализу среды, в которой действует предприятие, к оценке конкурентоспособности товаров, формированию конкурентных стратегий и т.д. Таким образом, деятельность сельскохозяйственных товаропроизводителей по обеспечению конкурентоспособности производимой и реализуемой продукции должна носить непрерывный, циклический характер.

Информация о формировании конкурентной среды функционирования предприятий должна служить основой для выработки мероприятий органами управления АПК по созданию благоприятной среды развития бизнеса в этой сфере экономики, что в конечном итоге содействует и развитию социальных целей населения территории, в т.ч. и создания новых рабочих мест и удовлетворение потребностей населения в овощах (улучшение структуры питания) и рост налогооблагаемой базы предприятия.

Литература:

1. Аграрная экономика: Учебник / Под ред. М.Н. Малыша. – СПб.: Издательство «Лань», 2002. – 688 с.

2. Ильина З.М., Мирочицкая И.В. Рынки сельскохозяйственного сырья и продовольствия: Учебное пособие – Мн.: БГЭУ, 2001. – 226с.

3. Сельскохозяйственные рынки / В.В. Шайнин, Р.Г. Ахметов, Н.Я. Коваленко и др. – М.: Колос, 2001. – 264с.

4. Экономика Ивановской области: состояние, проблемы, развитие / под ред. В.И. Тихонова, Б.Д. Бабаева. Иваново, 2002. – 462с.

### **The analysis of formation of competitive environment functioning of the enterprises of vegetable complex (on an example of ivanovo area)**

Ilchenko A.N., Abramova E.A.

In market economy of the enterprise operate in conditions of a competition. Studying consumers, it is not necessary to forget about competitors. The competitor – the important element of an infrastructure of system of the marketing, influencing marketing strategy of the enterprise concerning the goods, suppliers, buyers. Research of positions of competitors and as the analysis of the competitive environment in which the enterprises operate, covers a wide spectrum of questions and demands attraction of significant volume of the information. The analysis of the information, its(her) interpretation allow experts to deduce(remove) the proved estimations under each factor of a competition and to describe the general(common) position of the enterprises in the market in relation to the basic competitors.