

УДК 336.1

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СТРУКТУРЫ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ МАРИЙ ЭЛ

Гумарова Ф.З.¹, Шарнина Н.М.¹, Арутюнян С.М.¹

¹ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», Йошкар-Ола, Россия (424000, Йошкар-Ола пл. Ленина, 1), e-mail: gumarovaf@mail.ru.

Уровень конкуренции влияет на многие стороны деятельности предприятия: товарную политику; организацию распределения продукции и услуг; методы и объем ценового стимулирования; способы достижения конкурентного преимущества; уровень прибыльности бизнеса и многое другое. При изучении уровня конкуренции рассматривают факторы, воздействующие на конкурентоспособность предприятия в обеспечении его предпринимательской свободы; анализируют конкурентную структуру рынка; изучают силу и слабость участников канала распределения продукции через анализ их доли в конечной цене товара, оценивают конкурентоспособность регионального рынка. Исследования проведены на примере продовольственного рынка Республики Марий Эл.

Ключевые слова: факторы конкурентоспособности, конкурентная структура рынка, региональный рынок продовольствия, доля в цене

THE ANALYSIS OF THE COMPETITIVE STRUCTURE OF THE FOOD MARKET OF THE REPUBLIC OF MARI EL

Gumarova F.Z.¹, Sharnina N.M.¹, Arutyunyan S.M.¹

¹Mari state University, Yoshkar-Ola, Russia, (424000, Yoshkar-Ola, Lenin square, 1), e-mail: gumarovaf@mail.ru.

The level of competition affects many aspects of enterprise activity: trade policy; distribution of products and services; the methods and the amount of price promotions; how to achieve competitive advantage; the level of business profitability and much more. When studying the level of competition considering the factors affecting the competitiveness of the company in its business freedom; analyze the competitive structure of the market; examine strengths and weaknesses of the participants in the distribution channel products through the analysis of their share in the final price of the product, assess the competitiveness of the regional market. The research was conducted on the example of the food market of the Republic of Mari El.

Keywords: competitiveness, competitive market structure, regional food market, the share price

Для развития способности конкурировать в условиях довлеющего рынка, предприятиям необходимо оценивать, какие факторы воздействуют на результативность деятельности предприятия и влияют на конъюнктуру рынка; изучать силу и слабость конкурентов, выявлять тип конкурентной структуры рынка, анализировать доли всех участников канала распределения продукции в конечной цене товара, измеряя их влияние; описывать характер самого регионального рынка, на территории которого ведется бизнес.

Цель исследования

Изучение проблем повышения конкурентоспособности предприятия обусловлено необходимостью совершенствования теоретических и методологических основ создания конкурентоспособного бизнеса в рамках отдельного рынка, исходя из бизнес-интересов

хозяйствующих субъектов. Цель исследования – это развитие и апробирование методов укрепления конкурентоспособности предприятий, работающих на продовольственном рынке.

Методы совершенствования конкурентоспособности бизнеса базируются: на предвидении важных тенденций внешней рыночной среды предприятия; на выборе оптимальной конкурентной стратегии в условиях существующей конкурентной структуры рынка; на укреплении позиции предприятия в условиях его взаимодействия и интеграции с другими участниками канала распределения продукции.

Материал исследования

Основная группа факторов, влияющая на конкурентоспособность хозяйствующих субъектов в обеспечении их предпринимательской свободы, - это уровень цены, уровень затрат и объем реализованной продукции. SWOT-анализ, в задачи которого входит отслеживание воздействия выше названных факторов, становится важным инструментом стратегического управления предприятием продовольственного комплекса и используется для коррекции деятельности и стратегии развития экономического субъекта на основе выявленных угроз и возможностей предпринимательской среды.

Мониторинг конъюнктуры рынка и факторов воздействия важен из-за прямого влияния их на прибыльность отрасли. Многие факторы воздействуют на доходность отрасли по-разному. С одной стороны, факторы увеличивают объемы сбыта, с другой стороны, отражаются на уровне цены и себестоимости реализованной продукции.

Изменение объемов сбыта сказывается на уровне себестоимости продукции, так как в силу правила «экономия от масштаба» рост производства и сбыта продукции приводит к сокращению общих издержек в расчете на единицу продукции, а значит к получению большей суммы прибыли. Кроме того, расширение объемов производства и сбыта продукции приводит к росту прибыли за счет увеличения количества проданной продукции. Помимо вышперечисленного при росте объемов сбыта сокращаются производственные, общехозяйственные и маркетинговые издержки в расчете на единицу продукции [1].

Уровень затрат, как вторая важная составляющая повышения конкурентоспособности бизнеса, также важен для развития бизнеса. На современном этапе осуществления хозяйственной деятельности предприятия много сил тратят на оптимизацию процессов как внутри, так и за пределами предприятия. Сокращение издержек напрямую влияет на долю прибыли предприятия с одной покупки.

При определении кратко- и долгосрочных задач стратегии развития предприятия в условиях конкуренции важно отслеживать состояние конкурентной структуры рынка, которое может

изменяться в зависимости от числа предприятий отрасли и их экономической силы. Соотношение числа предприятий, численности покупателей, их объемов предложения на рынке определяет правила игры, свойственные данному рынку при выявленном распределении сил. Для расчета конкурентной структуры с помощью формулы Индекса Херфиндаля–Хиршмана необходимо рассмотреть следующие показатели: количество игроков рынка и их объемы производства и продажи продукции. Рассмотрим в таблицах 1 и 2 характеристику конкурентной структуры продовольственного рынка Республики Марий Эл.

Таблица 1

Характеристика конкурентной структуры рынка сельскохозяйственной продукции
Республики Марий Эл

Виды товарного рынка	Характеристика (2005-2012 гг.)
1	2
Зерно	Основные товаропроизводители - сельскохозяйственные организации (96 %).
	Объем производства лидера рынка – 4-7 %.
	Возможность влияния на цены – незначительная.
	Конкурентная структура - чистая конкуренция.
Картофель	Основные товаропроизводители - личные подсобные хозяйства, крестьянско-фермерские хозяйства. Доля сельскохозяйственных предприятий – 3-4 %.
	Объем производства лидера среди предприятий - 7-15 %.
	Возможность влияния на цены – незначительная.
	Конкурентная структура - чистая конкуренция.
Овощи открытого грунта	Основные товаропроизводители - личные подсобные хозяйства, крестьянско-фермерские хозяйства. Доля сельскохозяйственных предприятий – 7-10 %.
	Объем производства лидера среди предприятий 10-12 %.
	Возможность влияния на цены – незначительная.
	Конкурентная структура - чистая конкуренция.
Откорм крупного рогатого скота	Основные товаропроизводители - крестьянско-фермерские хозяйства и сельскохозяйственные предприятия.
	Объем производства лидера среди предприятий 15-20 %.
	Конкурентная структура - монополистическая конкуренция.
Откорм свиней	Основные товаропроизводители - сельскохозяйственные предприятия.
	Объем производства лидера среди предприятий 80 %.
	Конкурентная структура – монополия.
Откорм птицы	Основные товаропроизводители - сельскохозяйственные предприятия.
	Объем производства лидера среди предприятий 32-80 %.
	Конкурентная структура - олигополия, переходящая в монополию.

Молоко	Основные товаропроизводители - личные подсобные хозяйства и сельскохозяйственные организации (46-48 %).
	Объем производства лидера рынка - 2-4 %.
	Возможность влияния на цены – незначительная.
	Конкурентная структура - чистая конкуренция.
Яйцо	Основные товаропроизводители - сельскохозяйственные организации (78-80 %).
	Объем производства лидера рынка - 40-45 %.
	Возможность влияния на цены – незначительная.
	Конкурентная структура – олигополия.

Из таблицы 1 видно, что разные товарные рынки имеют разную конкурентную структуру. За 2005-2012 годы чистая конкуренция была присуща рынкам зерна, картофеля, овощей открытого грунта, молока. Эти виды производства еще не имеют индустриальных (крупных) масштабов. Это связано с относительно малой маржинальностью данных видов продукции. Негативной характеристикой этой структуры является небольшая рентабельность продаж. Позитивной – минимум убыточных предприятий (прибыли не много, но затраты покрываются). Рынок монополистической конкуренции присущ крупному рогатому скоту на откорм. Это самый затратный (из-за высокой конкурентной борьбы, малых или средних объемов производства) и рисковый вариант рынка (много убыточных предприятий, проигрывающих на разнице себестоимости, зависящей от масштабов производства и сбыта). Олигополия свойственна рынку яиц и в данный аналитический период – рынку птицы. Масштабы олигополии позволяют иметь примерно равные производственные издержки, доля рынка – получать значительные доходы. Риск работы при данной конкурентной структуре зависит от стремлений и возможностей участников развить свой бизнес. Откорм скота (свиней) и откорм птицы – это одни из самых доходных видов сельскохозяйственного производства. СПК «Звениговский», ООО «Птицефабрика Акашевская», ЗАО «Марийское» являются крупнейшими предприятиями в масштабах страны.

Конкурентную структуру продукции пищевых перерабатывающих предприятий рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2

Характеристика конкурентной структуры рынка продовольственной продукции
Республики Марий Эл

Рынок продукции	Число предприятий	Доля лидера, %	Конкурентная структура рынка
Хлеб и хлебобулочные изделия	37	12	чистая конкуренция

Переработанное мясо	27	45	олигополия
Кондитерские изделия	22	7	чистая конкуренция
Молоко и молочная продукция	13	12	чистая конкуренция
Безалкогольные напитки	10	10	чистая конкуренция
Переработанная рыба	7	17	монополистическая конкуренция
Переработанные овощи	6	10	монополистическая конкуренция
Мороженое	2	55	монополистическая конкуренция
Алкогольная продукция	2	35	олигополия

Рынок переработанного в продовольствие сельскохозяйственного сырья по конкурентной структуре также разнообразен. Большое число участников на рынках хлеба и хлебобулочных изделий, кондитерских изделий, молока и молочной продукции, безалкогольной продукции, к которым добавляются многочисленные внешние конкуренты, формируют структуру рынка – чистую конкуренцию. Небольшие масштабы деятельности и большое число потребителей, позволяют выживать предприятиям в качестве малого и среднего бизнеса. Отрасли переработки рыбы, овощей, производства мороженого работают в условиях монополистической конкуренции. Региональным компаниям приходится вступать в противоборство с национальными лидерами. Это сказывается в сильном отставании предприятий в сфере маркетинга (в упаковке, рекламе, имидже), и по прибыли. Если рассматривать рынок переработанного мяса, то при явном лидерстве Йошкар-Олинского мясокомбината в республике сформирована олигополистическая структура рынка. Масштабы производства позволяют воспользоваться эффектом «от масштаба». Важной составляющей в конкурентной борьбе предприятий-лидеров становятся качество и репутация. Это же касается и алкогольной продукции. Если рассматривать рынок с многообразием внешних (федеральных, региональных) конкурентов, то рынки алкогольной и мясной продукции относятся к структурам монополистической конкуренции, характеризующихся как высоко конкурентных и требующих интенсивных маркетинговых мер формирования потребительского спроса и привлекательного образа продукции предприятия.

Исследование конкурентоспособности регионального (республиканского) рынка продовольствия за 2010-2013 гг. выявило следующие основные тенденции:

1. За анализируемый период заработная плата в целом по отраслям экономики Республики Марий Эл ежегодно росла на 10-15 %, составив к 2014 году 18360 рублей. Снижение численности взрослого населения республики, в частности отток экономически активного населения за пределы республики, повышенная смертность, рост числа иждивенцев (повышение рождаемости в связи с введением программы поддержки родителей при рождении второго

ребенка) привели к установлению среднедушевого денежного дохода населения в 2013 г. в 14626 рублей в месяц.

Таким образом, улучшилась ситуация на потребительском рынке Марий Эл в плане роста платежеспособного спроса.

2. В целом по республике за исследуемый период наблюдалось сокращение работающих организаций. Ежегодное выбытие конкурентов составляет от 0,3 до 1,5 %, постепенно уменьшая количество вышедших предприятий из бизнеса. По сельскому хозяйству видно их значительное сокращение (за 4 года – на 9,2 %, или на 63 организации). По перерабатывающему производству – число предприятий стабильно уменьшается, и это изменение составляет от 4,5 до 7,6 % (в 2013 г. выбытие двух предприятий). Стабилизация количества прибыльных предприятий указывает, что остались предприятия, которые умеют «держаться на плаву» в нестабильных рыночных условиях экономики.

3. Оценка развития рынка отражается в росте оборота по видам деятельности. За четыре года оборот организаций по всем видам деятельности достиг 51,7 процентного прироста. По рыболовству из-за небольших первоначальных масштабов деятельности наблюдается прирост оборота в 7 раз, по сравнению с 2010 г. и увеличение заработной платы в 2,4 раза. Повышение оборота отмечено также по оптовой (за 4 года в 2 раза) и розничной торговле – на 33 процента. Растут объемы производства валовой продукции сельского хозяйства. К 2013 г. за четыре года прирост валовой продукции составил 62 %. Активность субъектов бизнеса говорит о хороших темпах развития бизнеса, потенциале сельскохозяйственного рынка.

4. Однако, нестабильность экономики присутствует и она отражена в сальдированном финансовом результате, который по годам не стабилен. К 2012 году прирост сальдированной прибыли достиг 99,7 %, и сменился в 2013 году снижением уровня прибыли с 5299 до 3024 тысяч рублей. При этом по сельскому хозяйству наблюдается стабильный рост сальдированной прибыли. Иная ситуация наблюдается по обрабатывающей промышленности. В 2013 году сальдированная прибыль получена на 4,8 % ниже 2010 года, составив минимум за исследуемые 4 года.

5. Рост цен напрямую влияет на конкурентоспособность предложения предприятия [5]. Индекс потребительских цен в республике по годам не стабилен. Минимум индекса за обозначенный период зафиксирован в 2011 году (102,7 %), максимум - в 2010 году 116,7 %.

6. Темпы роста импорта продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья превосходят темпы роста экспорта. Импорт в 2013 году по сравнению с удельным весом в 2010 году возрос в 2,1 раз, при этом доля экспорта осталась на уровне 2010 года. Показатель

указывает на «дотационность» экономики республики. Необходимо развивать свои внутренние возможности обеспечения республики в нужных агропромышленных товарах.

Анализ развития регионального продовольственного рынка показал, что после значительного падения наблюдается стабилизация и развитие сельского хозяйства. Более высокие темпы роста показателей, с одной стороны, свидетельствуют о небольших объемах производства в отрасли, с другой стороны, - о росте конкурентоспособности сельского хозяйства и его привлекательности, как хозяйственной деятельности. Основная ставка инвесторов (в том числе зарубежных), несмотря на нестабильные доходы, сделана на сферы сельскохозяйственного бизнеса. Значительное отставание роста рынка продовольствия происходит из-за низкой платежеспособности конечного потребителя, жителей Республики Марий Эл (среднедушевые доходы всего в 2,4 раза перекрывают установленный прожиточный минимум).

Выводы

Исследуя влияние факторов, воздействующих на прибыльность бизнеса; оценивая силу участников рынка, методы их работы (конкурентную структуру рынка); долю членов канала сбыта в цене товара, и характеристику самого регионального рынка, предприятия могут разработать полноценную стратегию развития бизнеса, учитывая максимальное число факторов для создания конкурентоспособного бизнеса.

Исследование выполнено в рамках реализации гранта РГНФ 14-12-12001

Список литературы

1. Казаковцева М.В. Совершенствование государственной политики в целях обеспечения конкурентоспособности аграрного сектора // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 9 (часть 12).- С. 2729-2733.
2. Краткий статистический сборник по Республики Марий Эл за 2012 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: <http://maristat.gks.ru/>.
3. Республика Марий Эл: Статистический ежегодник «Республика Марий Эл». 2014: Стат. сб./Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Марий Эл. - Йошкар-Ола. 2014. – 419 с.
4. Шарнина, Н.М., Арутюнян, С.М. Система управления конкурентоспособностью предприятий агропромышленного комплекса: монография / Мар. гос. ун-т. - Йошкар-Ола, 2013. – 190 с.

5. Шарнина, Н.М. О сущности понятия «конкурентоспособность» / Н.М. Шарнина // Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий. – М., 2014. - № 3. – С.21-22.

Рецензенты:

Царегородцев Е.И., д.э.н., профессор кафедры экономики и финансов, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола.

Смирнов А.А., д.э.н., профессор кафедры управления малым и средним бизнесом, ФГБОУ ВПО «Марийский государственный университет», г. Йошкар-Ола.