

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ЗЕРНА ПИНСКОГО РАЙОНА

Р. К. ЛЕНЬКОВА

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»,
г. Горки, Республика Беларусь, 213407

(Поступила в редакцию 14.01.2022)

В статье рассмотрен анализ конкурентной среды на рынке зерна Пинского района. Отмечена важность зерна как основного вида растениеводческой продукции сельскохозяйственных производителей Республики Беларусь. Для анализа конкурентной среды рассмотрены основные участники рынка, объем и структура реализации зерна каждым продавцом Пинского района Брестской области. Проведенный анализ конкурентной среды показал, что региональный рынок зерна является низкоконцентрированным, то есть на нем отсутствуют явно выраженные лидеры. Здесь нет необходимости применять меры по демополизации, снижению барьеров «входа» и повышению открытости рынка. Значение показателя динамики рынка, равного 1,24, говорит о том, что на анализируемом рынке в настоящий момент наблюдается период позиционного роста, то есть на протяжении длительного периода времени здесь не происходит кардинальных изменений. Рассчитан показатель интенсивности конкуренции, который равен 0,23 и говорит об интенсивности конкурентной ситуации на рынке сельскохозяйственной продукции на уровне ниже среднего. Установлено, что наибольшую долю на рынке продаж сельскохозяйственной продукции в южных районах Брестской области занимает ОАО «Новодворское-агро» (15,8%), наименьшую – ОАО «Почапово». Для оценки монополизации рассматриваемого рынка проведен анализ коэффициентов рыночной концентрации и индекса рыночной концентрации Герфиндаля-Гиримана. Использован уровень концентрации шести и трех крупнейших продавцов. Проведен расчет коэффициента Холла – Тайдмана на основе сопоставления рангов предприятий на рынке и их рыночных долей. Анализ индекса Холла – Тайдмана показал, что на рынке существует значительное число конкурентов, и ситуация далека от монополии.

Ключевые слова: рынок зерна, конкуренция, растениеводческая продукция сельскохозяйственных производителей.

The article analyzes the competitive environment in the grain market of Pinsk district. The importance of grain as the main type of crop product of agricultural producers of the Republic of Belarus is noted. To analyze the competitive environment, the main market participants, the volume and structure of grain sales by each seller of Pinsk district of Brest region are considered. The analysis of competitive environment showed that the regional grain market is low concentrated, that is, there are no clearly defined leaders on it. There is no need to apply measures to demonopolize, reduce entry barriers and increase market openness. The value of market dynamics indicator equal to 1.24 indicates that the analyzed market is currently experiencing a period of positional growth, that is, there have been no cardinal changes for a long period of time. The indicator of competition intensity was calculated, which is equal to 0.23 and indicates the intensity of competitive situation in the agricultural market at a level below the average. It has been established that the largest share in the sales market of agricultural products in southern districts of Brest region is occupied by OAO «Novodvorskoye-Agro» (15.8%), the smallest – by OAO «Pochapovo». To assess the monopolization of the market under consideration, an analysis of the market concentration coefficients and the Herfindahl-Hirschman market concentration index was carried out. The concentration level of the six and three largest sellers was used. The Hall-Tideman coefficient was calculated based on a comparison of the ranks of enterprises in the market and their market shares. An analysis of the Hall-Tideman index showed that there are a significant number of competitors in the market, and the situation is far from being a monopoly.

Key words: grain market, competition, crop production of agricultural producers.

Введение

На современном этапе развития экономики всё больше внимания уделяется повышению конкурентных возможностей предприятия. Многие предприятия в процессе постепенного развития и становления непрерывно развивают способность к конкуренции. Хозяйствующим субъектам для выживания непременно следует соблюдать требования рынка: удовлетворять потребность потребителей более качественно и по более приемлемой для них цене. Данное требование представляет стремление субъектов рыночного хозяйства овладеть вниманием покупателей и побудить их приобрести свой товар. Создание, внедрение и широкое распространение новых продуктов, услуг, технологических процессов становятся ключевыми факторами роста объемов производства, занятости, инвестиций, внешнеторгового оборота. Именно здесь кроются наиболее существенные резервы улучшения качества продукции, экономии трудовых и материальных затрат, роста производительности труда, совершенствования организации производства и повышения его эффективности. Все это, в конечном счете, предопределяет конкурентоспособность предприятий и выпускаемой ими продукции на внутреннем и мировом рынках, улучшение социально-экономической ситуации в стране [1, 4].

Когда предприятие вступает в рыночную конкурентную борьбу, ему помогают факторы конкурентоспособности, отличающие это предприятие от конкурентов. Это такие факторы, как продукция, технология, сеть для продвижения продукта и т.д. При усовершенствовании предприятия, прежде всего, рассматривают преимущества в плане конкурентоспособности предприятия, что относится к способности своевременно применять новые технологии, использовать результаты инновационной деятельности. Новые конкурентоспособные модели на рынке складываются в пользу тех предприя-

тий, которые имеют способность использовать знания, опыт и технологии для создания новой продукции, новых технологий, новых услуг. Соперничество в области производства новых изделий и совершенствование старых всегда были важной ареной конкурентной борьбы различных предприятий, фирм и компаний. Однако особенно остро это соперничество стало в условиях научно-технической революции [2, 3].

Проблема повышения конкурентоспособности имеет несколько аспектов: технологический, организационный, экономический, социальный, юридический и коммерческий. И хотя все они составляют единую систему обеспечения конкурентоспособности продукции, существует определенная очерченность решения проблем каждого из перечисленных аспектов. Однако решение экономических вопросов является первоочередным. Конкурентоспособность предприятия определяется, прежде всего, такими факторами, как потребительские свойства товаров, мера их маркетинговой поддержки, характеристика целевых рынков, поведение потребителей, потенциал и ресурсы предприятия и т. д. Набор факторов, которые определяют конкурентоспособность предприятия, оказывается столь значительным и своеобразным, что невозможно предложить единую методику сбора данных относительно их обработки и идентификации для принятия соответствующих решений.

Эти основные проблемы обеспечения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий на региональном рынке легли в основу наших разработок. В процессе исследования использовались общенаучные методы анализа и синтеза, обобщения, аналогии, сравнения, монографический и аналитический методы.

Основная часть

Зерно является основным видом растениеводческой продукции сельскохозяйственных производителей Республики Беларусь, поэтому состояние рынка зерновых культур в целом отражает те тенденции, которые складываются на рынке продукции растениеводства в целом.

Для анализа конкурентной среды рассмотрим основных участников рынка. Объем и структура реализации зерна каждым продавцом Пинского района Брестской области представлен в табл. 1.

Таблица 1. Объем реализации зерна сельскохозяйственными организациями Пинского района

Перечень производителей на рынке	Объем реализации каждым продавцом (Vi), тыс. руб.		Доли реализации продукции каждым продавцом (Di), %	
	2018	2019	2018	2019
ОАО «Оснежицкое»	462	550	9,3	9,0
ОАО «Ставокское»	533	699	10,8	11,4
ОАО «Лопатино»	279	373	5,6	6,1
ОАО «Ласицк»	453	245	9,1	4,0
ОАО «Плещицы»	351	322	7,1	5,3
ОАО «Охово»	307	328	6,2	5,4
ОАО «Труд»	335	362	6,8	5,9
ОАО «Логишин»	65	273	1,3	4,5
ОАО «Валище»	268	558	5,4	9,1
ОАО «Лыше»	270	352	5,5	5,8
ОАО «Почапово»	157	118	3,2	1,9
ОАО «Молотковичи»	109	260	2,2	4,2
ОАО «Пинский мясокомбинат»	152	148	3,1	2,4
ОАО «Пинскрайагросервис»	177	274	3,6	4,5
ОАО «Парохонское»	293	289	5,9	4,7
ОАО «Новодворское-агро»	743	969	15,0	15,8
Итого	4954	6120	100,0	100,0

Для определения динамики рассматриваемого рынка рассчитаем показатель динамики рынка (T_m):

$$T_m = \frac{V'_m - V_m}{V_m} \cdot \frac{12}{t} + 1, \quad (1)$$

где T_m – показатель динамики рынка; V'_m , V_m – объем продаж на рынке за предыдущий и отчетный периоды; t – продолжительность периода.

В нашем случае $T_m = 1,24$ или 124 %.

Таким образом, поскольку $0,7 < 1,24 < 1,4$, анализируемый рынок по реализации сельскохозяйственной продукции проходит состояние позиционного роста.

Рассчитаем показатель интенсивности конкуренции (U_t). Показатель характеризует остроту конкуренции, при $U_t = 1$ конкуренция максимальна [5, 6].

$$U_t = (1,4 - 1,24)/0,7 = 0,23. \quad (2)$$

Рассчитанный показатель интенсивности конкуренции (U_t), равный 0,23, говорит об интенсивности конкурентной ситуации на рынке сельскохозяйственной продукции на уровне ниже среднего.

Наибольшую долю на рынке продаж сельскохозяйственной продукции в южных районах Брестской области занимает ОАО «Новодворское-агро» (15,8 %), наименьшая доля рынка среди рассматриваемых организаций приходится на ОАО «Почапово».

Рассчитаем интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей (U_d). Для этого составим таблицу для расчета дисперсии рыночной доли предприятий (табл. 2).

Найдем дисперсию значения: $\sigma_s^2 = 187,5/16 = 11,7$.

Среднеквадратическое отклонение составит: $\sigma_s = \sqrt{11,7} = 3,4$.

Найдем коэффициент вариации:

$$V_s = \frac{\sigma_s}{D} \cdot 100\% = \frac{3,4}{6,3} \cdot 100\% = 54,8\% \quad (3)$$

Следовательно, в среднем вариация рыночных долей составляет 54,8 %.

Определим интенсивность конкуренции по распределению рыночных долей:

$$U_d = 1 - \frac{\sigma_s}{D} = 1 - 0,5498 = 0,452 \quad \text{или } 45,2\% \quad (4)$$

Рассчитанный показатель интенсивности конкуренции говорит о том, что интенсивность конкуренции чуть ниже средней.

Таблица 2. Данные для расчета дисперсии рыночной доли предприятий

Перечень производителей на рынке	Отклонение от средней доли, $D_i - D_{cp}$	Квадрат отклонения, $(D_i - D_{cp})^2$
ОАО «Оснежицкое»	2,7	7,5
ОАО «Ставокское»	5,2	26,7
ОАО «Лопатино»	-0,2	0,0
ОАО «Ласицк»	-2,2	5,0
ОАО «Плешицы»	-1,0	1,0
ОАО «Охово»	-0,9	0,8
ОАО «Труд»	-0,3	0,1
ОАО «Логишин»	-1,8	3,2
ОАО «Валище»	2,9	8,2
ОАО «Лыще»	-0,5	0,2
ОАО «Почапово»	-4,3	18,7
ОАО «Молотковичи»	-2,0	4,0
ОАО «Пинский мясокомбинат»	-3,8	14,7
ОАО «Пинскрайагросервис»	-1,8	3,1
ОАО «Парохонское»	-1,5	2,3
ОАО «Новодворское-агро»	9,6	91,8
Итого	–	187,5

Для оценки монополизации рассматриваемого рынка проанализируем коэффициенты рыночной концентрации (CR-6 и CR-3) и индекс рыночной концентрации Герфиндаля-Хиршмана (НИ). Будем использовать уровень концентрации шести и трех крупнейших продавцов. Расчет коэффициента рыночной концентрации для шести крупнейших продавцов представим в табл. 3.

Таблица 3. Расчет коэффициента рыночной концентрации предприятий на рынке зерна

Показатели	Значения
Общий объем реализации товара на рынке, тыс. руб.	6120
В т.ч. ОАО «Новодворское-агро»	969
ОАО «Ставокское»	699
ОАО «Валище»	558
ОАО «Оснежицкое»	550
ОАО «Лопатино»	373
ОАО «Труд»	362
Объем реализации шести крупнейших продавцов, тыс. руб.	3511
Объем реализации трех крупнейших продавцов, тыс. руб.	2226
Коэффициент концентрации (CR-6), %	57,4
Коэффициент концентрации (CR-3), %	36,4

Рассчитаем индекс рыночной концентрации Херфиндаля-Хиршмана (НИ) как сумму квадратов долей, занимаемых на рынке всеми действующими на нем продавцами. Для этого составим расчетную табл. 4.

Таблица 4. Данные для расчета индекса рыночной концентрации

Перечень производителей на рынке зерна	Доля продавца на товарном рынке $D_i = V_i / V_m, \%$	Квадраты долей $D_i^2 = (V_i / V_m)^2, \%$
ОАО «Оснежицкое»	9,0	80,8
ОАО «Ставокское»	11,4	130,5
ОАО «Лопатино»	6,1	37,1
ОАО «Ласицк»	4,0	16,0
ОАО «Плешицы»	5,3	27,7
ОАО «Охово»	5,4	28,7
ОАО «Труд»	5,9	35,0
ОАО «Логишин»	4,5	19,9
ОАО «Валище»	9,1	83,1
ОАО «Лыще»	5,8	33,1
ОАО «Почапово»	1,9	3,7
ОАО «Молотковичи»	4,2	18,0
ОАО «Пинский мясокомбинат»	2,4	5,8
ОАО «Пинскрайагросервис»	4,5	20,0
ОАО «Парохонское»	4,7	22,3
ОАО «Новодворское-агро»	15,8	250,7
Итого	100,0	812,5

Таким образом, получаем, что $HNI = 812,5$. Таким образом, мы приходим к выводу, что рынок сельскохозяйственной продукции в Пинском районе – рынок III типа – низкоконцентрированный, т.к. $CR-3 = 36,4 \%$, а $HNI < 1000$.

Рассчитаем также коэффициент Холла – Тайдмана на основе сопоставления рангов предприятий на рынке и их рыночных долей:

$$HT = \frac{1}{2(\sum_{i=1}^N R_i S_i) - 1}, \quad (5)$$

где R – ранг предприятия на рынке по убывающей, ранг самого крупного предприятия – 1; s_i – доля продаж i -го предприятия.

$$HT = 1/((2 \times 6,3) - 1) = 0,09.$$

Анализ индекса Холла – Тайдмана показывает, что на рынке существует значительное число конкурентов, и ситуация далека от монополии [1, 3].

Заключение

Проведенный анализ конкурентной среды показал, что региональный рынок зерна является низкоконцентрированным, то есть нет явно выраженных лидеров. Здесь нет необходимости применять меры по демонаполизации, снижению барьеров «входа» и повышению открытости рынка. Значение показателя динамики рынка, равного 1,24, говорит о том, что на анализируемом рынке в настоящий момент наблюдается период позиционного роста. То есть на протяжении длительного периода времени здесь не происходит кардинальных изменений.

По динамике рынка рассчитан показатель интенсивности конкуренции (Ut), равный 0,23, который говорит о конкурентной ситуации на рынке сельскохозяйственной продукции на уровне ниже среднего.

Доли, занимаемые каждым участником рынка, используются как показатели рыночного потенциала: чем больше доля, тем больше рыночный потенциал. Поскольку $CR-3$ равно 36,4 %, а $HNI = 812,5$, значит, исследуемый рынок является низкоконцентрированным, т.е. на рынке отсутствуют явно выраженные предприятия-лидеры. Поэтому эти предприятия не имеют возможность влияния на конкурентную среду и не могут препятствовать тем самым входу на рынок других участников.

ЛИТЕРАТУРА

1. Анализ деятельности сельскохозяйственных предприятий / О. В. Корнилова [и др.]; под ред. С. В. Севостьянова. – М.: Омега. 2016. – 408 с.
2. Аналитическая записка о выполнении Государственной программы развития аграрного бизнеса в Республике Беларусь на 2016–2020 годы за 2019 год // Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь. – 2020 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.mshp.gov.by/programms/ca5bed93374821f3.html>. – Дата доступа: 21.08.2020.
3. Андреева, А. Е. Многофакторный анализ конкурентоспособности предприятия / А. Е. Андреева // Наука и бизнес: пути развития. – 2017. – № 3. – С. 25–28.
4. Байгот, М. С. Особенности вступления Республики Беларусь в ВТО: сельскохозяйственный аспект / М. С. Байгот // Известия Национальной академии наук Беларуси. Серия аграрных наук. – 2016. – №5. – С. 7–9.
5. Балгабаев, А. К. Особенности конкуренции сельскохозяйственных товаропроизводителей / А. К. Балгабаев // Аль-Пари. – 2017. – №3– С.65–74.
6. Карачевская, Е. В. Принципы и инструменты методики конкурентного анализа лекарственного растениеводства Республики Беларусь / Е. В. Карачевская // Актуальные проблемы экономики и менеджмента. – 2020. – № 5 (25). – С. 72–82.