

УДК 637.5:339.137.2(476.6)

КОНКУРЕНТНАЯ СРЕДА ОАО «ГРОДНЕНСКИЙ МЯСОКОМБИНАТ» НА ВНУТРЕННЕМ РЫНКЕ

Урбанович Е. Н. – студент

Научный руководитель – Грибов А. В.

УО «Гродненский государственный аграрный университет»

г. Гродно, Республика Беларусь

Рынок мяса представляет собой совокупность нескольких рынков, различные виды мяса являются товарами-субститутами, и это определяет конкуренцию между их производителями, а также взаимозависимость тенденций, характеризующих состояние отдельных рынков [1].

Главными конкурентами ОАО «Гродненский мясокомбинат» на внутреннем рынке являются крупные мясоперерабатывающие предприятия Республики Беларусь, продукция которых, как и продукция комбината, представлена во всех регионах республики. В отрасли работает около 23 мясоперерабатывающих предприятий, которые расположены: Брестская область – 4 предприятия, Витебская – 4, Гомельская – 5, Гродненская – 4, Минская – 4 и Могилевская область – 2 предприятия.

В настоящее время происходит усиление конкуренции на рынке в силу преимущества высокого уровня насыщения национального рынка мясными продуктами. Основными конкурентами ОАО «Гродненский мясокомбинат» на белорусском рынке являются: ОАО «Брестский мясокомбинат», ОАО «Волковысский мясокомбинат», ОАО «Слонимский мясокомбинат», ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат» и др. Объемы производства основных видов продукции отдельных мясокомбинатов за 2020-2021 гг. представлены в таблице.

Таблица – Объемы производства основных видов продукции отдельных мясокомбинатов за 2020-2021 гг.

Город	Мясо и субпродукты всего, т		Колбасные изделия, т		Полуфабрикаты, т	
	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.	2021 г.	2020 г.
1	2	3	4	5	6	7
ОАО «Брестский мясокомбинат»	31 798	29 507	67 830	59 151	16 290	14 435
ОАО «Борисовский мясокомбинат»	14 222	12 299	35 075	31 776	2097	3337
ОАО «Витебский мясокомбинат»	10 065	14 044	17 091	15 374	2574	1689
ОАО «Волковысский мясокомбинат»	28 152	28 456	14 824	14 794	3017	3370
ОАО «Гродненский мясокомбинат»	41 500	41 559	15 309	12 827	7961	7377
ОАО «Могилевский мясокомбинат»	16 349	15 765	6331	8389	4166	3614
ОАО «Слонимский мясокомбинат»	31 310	29 312	5879	7989	5323	4468
ОАО «Березовский мясоконсервный комбинат»	3065	29 512	7126	6008	5394	2810

Продолжение таблицы

1	2	3	4	5	6	7
ОАО «Гомельский мясокомбинат»	11 455	12 796	6330	5950	7779	6699
ОАО «Ошмянский мясокомбинат»	15123	15 456	3456	3754	3903	3124

Примечание – Составлено автором на основании источника [2]

В 2022 г. центром управленческих решений маркетингового агентства «Sarmont» была проведена фокус-групповая дискуссия, в которой было выявлено, что ОАО «Гродненский мясокомбинат» лидирует среди прочих мясокомбинатов республики по аспектам «Лучший ассортимент», «Лучшее качество», «Лучшая упаковка». В то же время по аспектам «Лучший вкус» и «Лучшая цена», которые являются весьма значительными для принятия решения о покупке, обладает в сопоставимых оценках ОАО «Брестский мясокомбинат» [3].

Преимущественно широкий выбор продукции ОАО «Гродненский мясокомбинат» предлагают торговые сети «Корона» и «Простор». При том, что по комплексной оценке вкуса, продукция предприятия оценивается выше конкурентов. Продукция ОАО «Брестский мясокомбинат» немного уступает ОАО «Гродненский мясокомбинат» по качеству, однако содержит больше добавок и при этом дешевле (порядка 20 %). Несмотря на существующее предпочтение, потребители склонны приобретать аналогичные продукты иных комбинатов при разнице в цене от 10 % и более.

Фирменная торговля позволяет конечному покупателю познакомиться и дает возможность приобрести весь ассортимент выпускаемой продукции. Когда потребитель знаком со всем перечнем продукции, а также информирован об уникальных свойствах продукта, он может сделать выбор среди обилия предлагаемых торговых марок и отдать предпочтение бренду.

Выдержать жесткую конкурентную борьбу ОАО «Гродненский мясокомбинат» сможет исключительно в условиях непрерывного контроля качества продукции, разработки и производства нового перечня товаров, проведения взвешенной стоимостной политики, маркетинговой стратегии, создания личной товаропроводящей сети.

ЛИТЕРАТУРА

1. Грибов, А. В. Роль и место говядины в формировании национального рынка мяса и мясопродуктов / А. В. Грибов // Вестник БГСХА. – 2015. – № 1. – С. 22-25.
2. Промышленность Республики Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/upload/iblock/bd1/bd1b74f3b6b391e21f6a197487c1a1f7.pdf>. – Дата доступа: 25.01.2023.
3. Центр управленческих решений SARMONT [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sarmont.by/gk/centr-upravlencheskikh-resheniy-sarmont/>. – Дата доступа: 25.01.2023.