

**Возможности расширения доли рынка местных товаропроизводителей на рынке строительных материалов в Республике Саха (Якутия)**

**Научный руководитель – Степанова Лидия Михайловна**

***Иванова Мария Ивановна***

*Студент (бакалавр)*

Северо-Восточный федеральный университет имени М.К. Аммосова,  
Финансово-экономический институт, Кафедра Экономика и управление производством,  
Якутск, Россия

*E-mail: mashq96@gmail.com*

Строительный рынок в Республике Саха (Якутия) переживает подъем за последние семь лет - это требует использование в больших объемах строительных материалов. В Республике Саха (Якутия) груз всегда доставляется во время навигации водным путем, так же автозимником и воздушным транспортом. Таким образом, организация завоза строительных материалов в северные районы России отягощается высокой себестоимостью транспортных расходов.

Рынок по производству легких металлоконструкций и сэндвич-панелей в Республике Саха (Якутия) местных товаропроизводителей только начинает развиваться, на данный момент этой деятельностью занимаются три ведущих компании - Общество с ограниченной ответственностью «Барс» (23%), Общество с ограниченной ответственностью «Теплый край» (28%), Закрытое акционерное общество «МеталлКом» (49%). Производство строительных материалов в условиях Крайнего Севера позволит сократить транспортные расходы, обеспечит реализацию более конкурентоспособной продукции. По данным 2016 г. производство строительных материалов местными товаропроизводителями составило 32 %.

Работа выполнена с целью выявления возможностей расширения доли рынка строительных материалов местных товаропроизводителей. В процессе исследования использованы в логической последовательности следующие методы: матрица Бостонской консультативной группы; определения границ товарного рынка; расчет индекса Герфиндаля Гиршмана; анализ 4P; конкурентная карта рынка; SWOT - анализ.

По данным исследования определены востребованные виды строительной продукции, установлена взаимозависимость ассортимента, рассчитана концентрация рынка, возможный прирост доли рынка, состояние внутреннего маркетинга, выявлены явные и неявные конкурентные преимущества, сформулированы актуальные направления расширения рынка местных товаропроизводителей.

**Источники и литература**

- 1) Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организации.: М, 2014 г.
- 2) Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент Учебное пособие. Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.
- 3) Каталог организаций России: <https://www.list-org.com>
- 4) Официальный сайт компании Интехстрой: <http://www.its96.ru>
- 5) Федеральная служба государственной статистики России <http://www.gks.ru>
- 6) Profmeter – онлайн консалтинг: <https://profmeter.com.ua>