

УДК 568.018

## ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВЫХ АВТОМОБИЛЬНЫХ ПЕРЕВОЗОК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**А. Ф. ЗУБРИЦКИЙ**

*Учреждение образования «Белорусский национальный  
технический университет», г. Минск*

### **Введение**

Современное развитие экономики страны и опыт последних лет показывают, что далеко не все отечественные предприятия готовы к ведению конкурентной борьбы. Даже обладание конкурентоспособной продукцией (что само по себе очень важно) не позволяет многим из них эффективно реализовывать это преимущество из-за отсутствия практики использования всего комплекса средств маркетинга: гибкой ассортиментной и ценовой политики, адекватной организации каналов распределения продукции, эффективных методов стимулирования реализации и др. Вместе с тем конъюнктурная ситуация с каждым годом все более осложняется постепенным расширением границ рынка и вовлечением в него западных фирм, имеющих значительный опыт работы в условиях жесткой конкуренции. Прямое использование этого опыта на белорусских предприятиях часто затруднено из-за его уникальности, отсутствия универсальных схем конкурентного поведения на рынке. В современных условиях каждому предприятию особенно важно правильно оценить создавшуюся рыночную обстановку с тем, чтобы предложить эффективные средства конкуренции, которые, с одной стороны, отвечали бы сложившейся в Беларуси рыночной ситуации и тенденциям ее развития, с другой, – особенностям конкретного производства. Наиболее сложными этапами этой работы являются аналитическое осмысление путей достижения конкурентных преимуществ и разработка на этой основе мероприятий по усилению конкурентной позиции предприятия. Международные автомобильные перевозки являются одним из важнейших источников пополнения бюджета Республики Беларусь (четвертое место по валютным поступлениям), поэтому увеличение экспорта транспортных услуг является одной из основных задач государства.

### **Основная часть**

Говоря о конкуренции и конкурентоспособности, нельзя не упомянуть о приложении данных понятий к проблеме взаимоотношений различных предприятий на рынке. В ходе анализа конкретных сторон деятельности предприятия и его конкурентов часто возникают вопросы и проблемы общего характера, связанные с необходимостью объяснения мотивов тех или иных действий. В данной ситуации имеет смысл говорить о конкурентной среде, как о среде существования предприятия и как о системе показателей, относительно которых выявляется конкурентоспособность предприятия [9].

Оценка интенсивности конкуренции имеет глобальное значение при анализе рынка, так как позволяет выявить общую привлекательность вхождения на рынок, составить стратегию продвижения услуг, предварительно оценить результаты деятельности. Оценка интенсивности конкуренции включает анализ распределения рыночных долей между конкурентами, темпов роста рынка, рентабельности рынка [2].

Оценим интенсивность конкуренции по четырехдольному показателю концентрации ( $CR_4$ ), отражающим степень концентрации производства в отрасли [1]. Он позволяет оценить степень монополизации рынка и является величиной, обратной интенсивности конкуренции. Четырьмя крупнейшими предприятиями в данном секторе рынка являются ОАО «Минскгрузавтотранс», ОАО «Гомельоблавтотранс», ОАО «БелГрузМагистраль», ОАО «Белмагистральавтотранс».  $CR_4 = 0,8439$  – показатель общей доли четырех первых предприятий рынка, за 2011 г. реализующих максимальные объемы продукции транспортной работы в общем объеме реализации услуг в рассматриваемой нише. Так как он – более 0,75, есть основание говорить о монополизации в данном секторе.

Другим описанным подходом является оценка распределения рыночных долей с помощью суммы квадратов рыночных долей конкурентов – индекса Херфиндала [1]:  $I_h = 0,3411$  за 2011 г. Опять же приходится говорить о монополизации и утверждать, что нет свободной конкуренции. Более того, можно сделать вывод, что доли рынка распределены неравномерно, а предприятия – неравномощны.

Индекс Херфиндала ( $I_h$ ) не учитывает ранги предприятий. Этого недостатка лишен индекс Розенблюта ( $I_r$ ) [1], который рассчитывается с учетом порядкового номера предприятия и который равен 0,2761 в 2011 г. Опять же приходится говорить о монополизации и утверждать, что нет свободной конкуренции.

Как нетрудно заметить, представленные показатели, несмотря на их достаточно высокую информативность, не являются полностью удовлетворительными, так как дают лишь общую оценку распределения долей без учета конкретных особенностей рынка. Для более полной оценки взаимовлияния интенсивности конкуренции и распределения долей рынка между предприятиями необходимо обратиться к опыту ведения конкурентной борьбы.

При отсутствии явных лидеров и аутсайдеров, когда весь рынок рассматриваемых услуг представлен конкурентами, владеющими равными долями рынка, интенсивность конкуренции максимальна. Данное положение является основой для оценки интенсивности конкуренции на исследуемом товарном рынке международных перевозок с помощью измерения степени сходства рыночных долей конкурентов. Для такой оценки воспользуемся коэффициентом вариации рыночных долей анализируемых предприятий ( $U_d$ ) [1]. Чем выше коэффициент вариации, тем ниже интенсивность конкуренции, и наоборот.

В нашем случае коэффициент вариации в 2011 г. составил  $U_d = 0,5354$ . Чем ближе данный коэффициент к 0, тем равномернее распределение рыночных долей на рынке, тем сильнее конкуренция. В общем, следует отметить, что среди автотранспортных предприятий есть явные лидеры и аутсайдеры.

При всей важности показателя  $U_d$  он является необходимым, но недостаточным измерителем интенсивности конкуренции, так как не учитывает характер развития рынка как целостного образования. Речь идет о динамических характеристиках спроса и предложения, которые выражаются в темпах роста объемов перевозок. Дело в том, что ускоренный рост рынка даже при равномощности конкурентов может устранять многие противоречия между предприятиями за счет удовлетворенности темпами развития. Высокие темпы, например, на быстроразвивающихся рынках, обеспечиваемые растущим спросом и предложением услуг, отодвигают на задний план многие проблемы, в том числе и конкуренцию. Происходит это, главным образом, из-за того, что увеличение рыночных долей предприятий происходит не за счет конкурентов, а за счет увеличения количества потребителей или объемов (кратности) заказов уже существующим потребителям. В этой ситуации интенсивность конкуренции падает [9].

И наоборот, уменьшение объемов сбыта транспортной продукции обостряет конкуренцию. По многим объективным и субъективным причинам любой товарный рынок переживает состояния стагнации, застоя или небольшого позиционного роста, когда увеличение объема продаж предприятия может происходить, главным образом, за счет переманивания потребителей у конкурентов и/или ухудшения позиции конкурентов. В этой ситуации активность конкурентной борьбы значительно возрастает. Индекс темпа роста ( $U_{тр}$ ) = 0,7004 [1]. Это говорит о сворачивании рынка и значительном усилении конкуренции.

Другим важным экономическим фактором, определяющим интенсивность конкуренции, является рентабельность рассматриваемого рынка ( $U_p$ ) [1]. Установлено, что рынок с высокой рентабельностью характеризуется превышением спроса над предложением. Это обстоятельство позволяет реализовывать цели, стоящие перед предприятиями, относительно бесконфликтными приемами и методами, не затрагивающими интересы конкурентов. С уменьшением прибыльности бизнеса ситуация меняется на противоположную [2].

Для ситуаций с более чем 100 % рентабельностью  $U_p$  стремится к 0, а в условиях убыточного бизнеса – к 1. В результате расчетов за 2011 год  $U_p = 1,1630$ , что характеризует отрасль международных автомобильных перевозок как отрасль с очень низким уровнем рентабельности.

Обобщение частных показателей  $U_d$ ,  $U_{тр}$ ,  $U_p$  показывает нам, что в целом с учетом разделения рыночных долей, уровня рентабельности и уровня темпов роста ниша характеризуется как рынок с высоким уровнем конкуренцией ( $U_k = 0,7583$ ).

Таблица 1

#### Интенсивность конкуренции рынка в 2009–2011 гг.

Показатель	2009	2010	2011
Четырехдольный показатель концентрации, $CR_4$	0,8436	0,8346	0,8439
Индекс Херфиндала, $I_h$	0,3357	0,3107	0,3411
Индекс Розенблюта, $I_r$	0,2744	0,2618	0,2761
Коэффициент вариации рыночных долей конкурентов, $U_d$	0,5354	0,4517	0,5354
Индекс темпа роста, рынка $U_{тр}$	0,4882	0,4140	0,7004
Показатель интенсивности конкуренции, учитывающий уровень рентабельности рынка, $U_p$ [1]	1,1019	1,0580	1,1630
Обобщенный показатель интенсивности конкуренции, $U_k$ [1]	0,6604	0,5827	0,7583

Так как анализ конкурентоспособности в целом в основе своей представляет собой сравнение своих транспортных услуг с услугами конкурентов, то методика анализа конкурентоспособности предприятия базируется на сравнении данного предприятия со всеми остальными в отрасли [9]. При проведении дальнейшего анализа ниши рынка в сводных таблицах будем представлять информацию, где в графах «предприятие» будем описывать положение ОАО «Белмагистральавтотранс», а в графе «конкуренты» данные по всем остальным объединениям, т. е. будем анализировать положение каждого предприятия и объединения.

Одним из наиболее общих выражений степени достижения целей конкурента необходимо считать его фактическую рыночную долю в общем объеме реализации услуг заданного ассортимента. Она, отражая наиболее важные результаты конкурентной борьбы, показывает степень доминирования предприятия на рынке, его возможность влиять на объемные и структурные характеристики спроса и предложения по рассматриваемой группе услуг [4].

Оперируя отношением  $D_i^p / D_i^k$  (рыночная доля  $i$ -го предприятия и его конкурентов по количеству или общей стоимости реализованных услуг) определим положение предприятий на рынке (табл. 2).

Таблица 2

**Изменение доли предприятия за счет самого предприятия и его конкурентов**

Название предприятия	Общий пробег, $L_r$ , тыс. км		Тариф на 1 км, \$/км		$\Delta D$ , %	$\Delta D_p$ , %	$\Delta D_k$ , %
	2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.			
ОАО «Могилевоблавтотранс»	1817	1 998,00	1,07	0,87	0,0653	0,0620	1,0529
ОАО «Брестгрузоблавтотранс»	638	863	1,14	0,91	0,0289	0,0285	1,0138
ОАО «Витебскоблавтотранс»	1604	1 396,00	1,12	0,85	0,0454	0,0422	1,0764
ОАО «Гродноблавтотранс»	964	1 017,00	1,04	0,87	0,0383	0,0349	1,0946
ОАО «Гомельоблавтотранс»	2862	2 599,00	1,11	0,86	0,0834	0,0787	1,0598
ОАО «Миноблавтотранс»	1693	1471	1,13	0,85	0,0449	0,0425	1,0565
ОАО «Минскгрузавтотранс»	5610	5699	1,02	0,86	0,1569	0,1552	1,0107
ОАО «Автокомбинат № 4»	574	843	1,17	0,88	0,0383	0,0338	1,1330
ОАО «Белмагистральавтотранс»	22377	20626	1,06	0,87	0,4881	0,5145	0,9488
ОАО «БелГрузМагистраль»	35,3	32,8	1,08	0,90	0,0105	0,0077	1,3745

*Примечание.* Символ  $\Delta D$  – рыночная доля предприятия;  $\Delta D_p$  – влияние активности каждого сегмента рынка предприятия на динамику его рыночной доли;  $\Delta D_k$  – влияние активности сегментов рынка конкурентов предприятия на динамику его рыночной доли.

При всей информативности показателя доли рынка для целей анализа практический интерес представляет не только изучение его динамики, но и измерение влияния отдельных факторов рынка на изменение доли. Инструментарий факторного анализа дает такую возможность [5].

Он позволяет количественно описать внутреннюю структуру данного показателя, выделить и оценить основные факторы, способствующие и препятствующие расширению влияния предприятия на анализируемом рынке.

Значения  $\Delta D_p$  и  $\Delta D_k$  определяют направления влияния объемных характеристик сбытовой политики предприятия и его конкурентов на изменение рыночной доли предприятия. Причем значения  $\Delta D_k$ , как правило, отрицательные (понижающие рыночную долю),  $\Delta D_p$  – положительные.

Однако, на практике возможны и другие варианты. Иногда даже при уменьшении объема перевозок предприятия его доля может вырасти, если объем конкурентов сократится большими темпами.

Поскольку факторы  $\Delta D_p$  и  $\Delta D_k$  зависят от особенностей сбытовой политики предприятия и его конкурентов, представляет интерес их дальнейшее разложение на составляющие.

Рынок можно разделять на ниши и сегментировать до бесконечности. Логичным представляется разбиение на качественно однородные группы, характеризующиеся общими свойствами или условиями.

Следуя методике построения конкурентной карты, произведем расчеты распределения рыночных долей, а также распределения изменения рыночных долей. Схема отнесения предприятий к группам представлена на рис. 1.

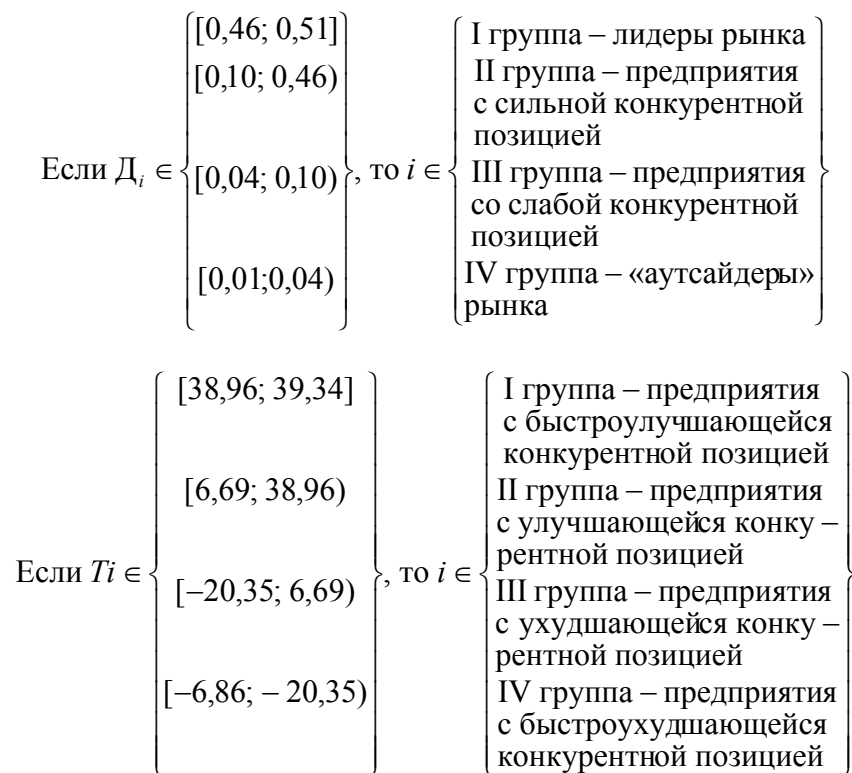


Рис. 1. Схема отнесения предприятий к группам

Как видно, помимо абсолютной величины  $T_i$ , решающее значение имеет знак данного показателя. Отрицательные значения  $T_i$  свидетельствуют о наличии тенденции уменьшения рыночной доли, положительные – ее роста, т. е. констатируют ухудшение или улучшение конкурентной позиции предприятия.

Чем больший интервал времени принят для рассмотрения, тем данные тенденции стабильнее.

С учетом анализа данных и расчетов, сделанных в табл. 3, представлена матрица формирования конкурентной карты предприятий (табл. 4), основанная на перекрестной классификации размера и динамики их рыночных долей по конкретному типу продукции.

Она позволяет выделить 16 типовых положений предприятий, отличающихся степенью использования конкурентных преимуществ и потенциальной возможностью противостоять давлению конкурентов.

Таблица 3

#### Распределение долей предприятия и интенсивности их прироста

Название предприятия	Объем реализованных услуг, \$		Доля предприятия в общем объеме рынка, $D_i$ , %		Темп прироста рыночной доли, $T_i$	Положение в табл. 4
	2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.		
ОАО «Могилевоблавтотранс»	4566,32	4758,80	0,051	0,062	10,67	1
ОАО «Брестгрузоблавтотранс»	2083,99	2204,07	0,022	0,029	14,89	2
ОАО «Витебскоблавтотранс»	4406,15	3234,60	0,049	0,042	-6,62	3
ОАО «Гродноблавтотранс»	2725,41	2789,78	0,029	0,035	9,94	4
ОАО «Гомельоблавтотранс»	8485,04	6012,61	0,091	0,079	-6,87	5
ОАО «Миноблавтотранс»	3962,71	3200,85	0,046	0,043	-4,02	6

Окончание табл. 3

Название предприятия	Объем реализованных услуг, \$		Доля предприятия в общем объеме рынка, Д <sub>i</sub> , %		Темп прироста рыночной доли, Т <sub>i</sub>	Положение в табл. 4
	2010 г.	2011 г.	2010 г.	2011 г.		
ОАО «Минскгрузавтотранс»	11537,64	11308,14	0,136	0,155	7,10	7
ОАО «Автокомбинат № 4»	1746,00	2826,04	0,019	0,034	39,34	8
ОАО «Белмагистральавтотранс»	46073,15	35598,40	0,550	0,514	-3,23	9
ОАО «БелГрузМагистраль»	865,88	795,90	0,007	0,008	5,65	10

Наиболее значимым статусом обладают предприятия 1-й группы (лидеры рынка с быстроулучшающейся конкурентной позицией), наиболее слабым – предприятия 16-й группы («аутсайдеры» рынка с быстроухудшающейся конкурентной позицией).

Положение предприятия внутри каждой группы определяется величиной его рыночной доли.

Таблица 4

Матрица конкурентной карты рынка международных перевозок

Рыночная доля, Д <sub>i</sub>			Классификационные группы				
			I	II	III	IV	
Темпы прироста рыночной доли, Т <sub>i</sub>			Лидеры рынка	Предприятия с сильной конкурентной позицией	Предприятия со слабой конкурентной позицией	«Аутсайдеры» рынка	
			[0,46; 0,51]	[0,10; 0,46]	[0,04; 0,10]	[0,01; 0,04]	
Классификационные группы	I	Предприятия с быстроулучшающейся конкурентной позицией	[38,98; 39,34]				8
	II	Предприятия с улучшающейся конкурентной позицией	[6,69; 38,98]		7	1	2
	III	Предприятия с ухудшающейся конкурентной позицией	[-20,35; 6,69]	9		4; 6	10
	IV	Предприятия с быстроухудшающейся конкурентной позицией	[-20,35; -6,86]		5	3	

В результате можно констатировать, что среди предприятий данного сегмента рынка наблюдается быстрое ухудшение конкурентных позиций у предприятий, имеющих слабую конкурентную позицию, таких, как ОАО «БелГрузМагистраль» – «аутсайдера» рынка. Однако, среди предприятий ОАО «Могилевоблавтоотранс», ОАО «Минскгрузавтотранс» и ОАО «Брестгрузоблавтоотранс» наблюдается благоприятная тенденция улучшения конкурентных позиций, что при дальнейшем следовании намеченному курсу развития позволит им вскоре повысить свои конкурентные позиции на рынке международных автомобильных перевозок грузов.

### Заключение

В данном исследовании предложена методика диагностирования конкурентной среды на рынке международных автомобильных перевозок. Специфика автомобильного транспорта не позволяет полностью применять методику, описанную в [1]. Расчет производился по предприятиям, подведомственным Министерству транспорта и коммуникаций Республики Беларусь.

В этом секторе международных автомобильных перевозок наблюдается высокий уровень конкуренции. Это говорит о сворачивании рынка и обострении конкуренции. Разброс ставок на перевозку незначителен даже в пределах данной рыночной ниши, что свидетельствует о высокой конкуренции и разной степени конкурентоспособности.

Разработанная выше матрица конкурентной карты рынка международных автомобильных перевозок грузов позволяет относительно верно определить соотношение сил на рынке и выявить маркетинговые задачи по положению предприятия в каждой ячейке матрицы, установить текущих и перспективных конкурентов, наметить рекомендации по выбору стратегии конкуренции.

### Литература

1. Азоев, Г. Л. Анализ деятельности конкурентов / Г. Л. Азоев. – М. : ГАУ, 2000. – 407 с.
2. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика / Г. Л. Азоев. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2001. – 230 с. : табл.
3. Афанасьев, М. П. Маркетинг: стратегия и практика фирмы / М. П. Афанасьев. – М. : Финстатинформ, 2003. – 181 с. : ил.
4. Глубокий, С. В. Стратегический и оперативный маркетинг : метод. пособие по курсовому проектированию для студентов специальности Э.02.02.00 «Маркетинг» : в 2 ч. / С. В. Глубокий, А. Ф. Зубрицкий. – Минск : ВУЗ-ЮНИТИ, 2001. – Ч. 1 – 126 с.
5. Ивуть, Р. Б. Экономика автомобильного транспорта : учеб.-метод. пособие : в 2 ч. / Р. Б. Ивуть. – Минск : БНТУ, 2007. – Ч. 1. – 455 с.
6. Моисеева, Н. К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н. К. Моисеева, Ю. П. Анискин. – М. : Внешторгиздат, 2003. – 191 с.
7. Мори, А. Маркетинговый анализ деятельности предприятия / А. Мори, Г. Л. Азоев, С. Г. Стрижов. – М. : ГАУ, 2009. – 208 с. : ил.
8. Отчеты о работе международного автомобильного транспорта за 2009, 2010, 2011 годы. – Минск : Ассоц. междунар. автомобил. перевозчиков «БАМАП», 2010–2012.
9. Ивуть, Р. Б. Экономические основы формирования механизма оценки конкурентоспособности автотранспортных услуг : монография / Р. Б. Ивуть, А. Ф. Зубрицкий. – Минск : БНТУ, 2010. – 308 с.

*Получено 04.02.2013 г.*