

# **АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ МОЛОЧНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «РУМЯНЦЕВСКОЕ»)**

**Л. В. Демьянчик**

*Гомельский государственный технический университет  
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель Н. П. Драгун

В условиях сильной конкуренции важно правильно выбрать стратегию противостояния конкурентному воздействию. В результате проведенного анализа состояния и конкурентной ситуации молочной промышленности Гомельской области установлено, что достижение успеха в конкуренции на рынке зависит от применяемых предприятием способов ведения конкурентной борьбы, позволяющих наиболее полно использовать имеющиеся базовые конкурентные преимущества. В целях анализа эффективности осуществления предприятиями АПК конкурентной борьбы нами использована методика определения способов ведения конкуренции на рынке готовой продукции, алгоритм реализации которой приведен на рис. 1.

1. Определение задач и выбор оцениваемых конкурентов предприятия (баз оценки). Определение значений частных показателей использования предприятием и его конкурентами способов ведения конкурентной борьбы на рынке готовой продукции:

Группа	Показатель использования способов конкуренции
Оцениваемое предприятие, одноотраслевой конкурент	Темпы снижения цен на продукцию, роста её качества, роста доли новой продукции в её общем объёме, роста доли сертифицированной продукции в её общем объёме, роста расходов на рекламно-сбытовые мероприятия, роста цен на продукцию по отношению к отрицательной динамике объёма её производства
Производители товаров – заменителей	Темпы снижения цен на продукцию, роста её качества, роста расходов на рекламно-сбытовые мероприятия
Потребители	Эластичность спроса на продукцию оцениваемого предприятия по цене, темпы роста качественных характеристик его продукции, рассматриваемых потребителями как необходимые, снижения уровня диверсификации его продаж
Потенциальные конкуренты	Темпы снижения эффекта масштаба в отрасли оцениваемого предприятия, степени дифференциации продукции, потребности в капитале, барьеров доступа к каналам распределения продукции, барьеров на доступ в отрасль

2. Определение интегральных показателей уровня конкуренции и значимости способов ведения конкурентной борьбы:

$$I_i = \prod_{j=1}^c (T_{кон(он)i}^j / T_{он(он)i}^j)^{d_j},$$

где  $T_{кон(он)i}^j$  – темп роста интенсивности использования  $i$ -й группой конкурентов (предприятием) способа конкуренции, характеризуемого  $j$ -м частным показателем;  $d_j$  – значимость  $j$ -го частного показателя уровня конкуренции со стороны  $i$ -й группы конкурентов

3. Моделирование зависимости конкурентоспособности предприятия от величины уровня конкуренции.

Рис. 1. Алгоритм определения способов ведения перерабатывающими предприятиями АПК конкуренции на рынке готовой продукции

Проведенный нами анализ значений частных показателей уровня конкуренции деятельности исследуемых молочных предприятий за период 1999-2007 гг. позволил установить:

1. Все рассчитанные частные показатели уровня конкуренции со стороны одноотраслевых предприятий не являются значимыми, что подтверждается мнениями коэффициентов корреляции, определенных как для линейной, так и для степенной форм их зависимости с уровнем конкурентоспособности. Следовательно, в период 1999-2007 гг. конкуренция со стороны одноотраслевых предприятий не являлась фактором, оказывающим существенное влияние на конкурентоспособность предприятий молочной промышленности Гомельской области. Это связано, во-первых, с процессами реформирования молочной промышленности области, сокращением количества и интеграцией молочных предприятий, во-вторых, их принадлежностью одному собственнику - государству.

2. Конкуренция со стороны потребителей является значимым фактором уровня конкурентоспособности молочных предприятий Гомельской области, что подтверждается полученными значениями коэффициента корреляции  $R_{набл.степ} = -0,9847$  и  $t$ -статистики ( $T_{набл.степ} = -3,6847 / T_0$  есть для исследуемых предприятий конкурен-

ция на рынке - это конкуренция, прежде всего, со стороны потребителей, проявляющаяся через переключение на продукцию конкурентов. При этом в течение 1999-2007 гг. конкуренция со стороны потребителей постоянно возрастала, а со стороны одноотраслевых предприятий снижалась. Это связано с наличием у исследуемых предприятий в начале рассматриваемого периода (1999-2001 гг.) существенной рыночной власти по отношению к потребителям, что подавляло их конкурентную активность и снижало угрозу переключения на продукцию других производителей.

Развитие частных форм торговли, снятие региональными властями Гомельской области ограничений доступа на рынок молочной продукции предприятий других областей, появление торговых марок привело в 2002-2007 гг. к естественному снижению рыночной власти предприятий молочной промышленности Гомельской области.

3. По уровню конкуренции деятельности исследуемых предприятий за период 1999-2007 гг. их можно разделить на три группы: а) функционирующие в условиях низкой конкуренции - ЧУП ГФМ, ЧУП СМЗ, ОАО ОЗСОМ; б) средней по силе конкуренции - ЧУП ММП, ОАО МП; в) высокой конкуренции - ЧУП КМП. Ранги исследуемых предприятий по уровню конкуренции противоположны их рангам по величине конкурентоспособности, что подтверждается значением коэффициента корреляции, рассчитанным нами как для линейной, так и степенной формы зависимости между уровнем конкуренции и конкурентоспособностью, и показателем  $T_{набл}$  его значимости. При этом данный коэффициент для степенной формы зависимости составляет  $R_{набл.степ} = -0,9847$  ( $T_{набл.степ} = -3,6847$ ).

Уровень конкуренции является значимым внешним фактором конкурентоспособности исследуемых предприятий. Зависимость между величиной данного фактора и конкурентоспособностью степенная, а направление влияния отрицательное: рост на 1,0 п.п. уровня конкуренции вызывает снижение конкурентоспособности исследуемых предприятий на 0,95 п.п. Отрицательное влияние конкуренции на конкурентоспособность указывает на ее избыточный уровень для предприятий молочной промышленности Гомельской области.

Полученные в результате использования данной методики результаты позволили нам определить, что предприятия молочной промышленности Гомельской области имеют существенные резервы роста конкурентоспособности за счет снижения уровня конкуренции на рынке до среднеотраслевого и наилучшего в отрасли уровня (см. таблицу).

#### **Резервы роста конкурентоспособности предприятий молочной промышленности Гомельской области**

Предприятие	Резервы роста конкурентоспособности за счет снижения конкуренции, п.п.	
	до среднеотраслевого уровня	до наилучшего в отрасли уровня
ЧУП «Гомельская фабрика мороженого»	более 100	более 100
ОАО «Октябрьский завод СОМ»	51,9	более 100
ЧУП «Светлогорский МЗ»	-	-
ОАО «Молочные продукты»	более 100	более 100
ЧУП «Мозырские МП»	более 100	более 100
ЧУП «Калинковичский МК»	более 100	более 100

Данные, приведенные в таблице, показывают, что для ряда исследуемых предприятий (например, ЧУП ГФМ, ОАО МП, ЧУП ММП, ЧУП КМП) имеющиеся резервы роста конкурентоспособности составляют более 100 п.п. Это связано, прежде всего, с имеющимися у них возможностями снижения эластичности спроса на продукцию по цене путем повышения ее конкурентоспособности, власти на рынке, использования политики брендинга.

Построенные нами для исследуемых предприятий молочной промышленности Гомельской области матрицы позиций в конкуренции на рынке готовой продукции за период 2000–2007 гг. позволили установить, что в анализируемом периоде исследуемые предприятия занимали неустойчивую конкурентную позицию - она либо неблагоприятна, либо неопределенна с высокой вероятностью превратиться в неблагоприятную.

В течение 1999–2007 гг. происходило постоянное усиление конкуренции на рынке, что вызывало неустойчивость уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий. При этом предприятия молочной промышленности Гомельской области не обладают устойчивыми базовыми конкурентными преимуществами, величина которых была бы достаточной для компенсации отрицательного влияния усиливающейся конкуренции, что характеризуют колебания их позиции по вертикали матрицы. В результате усиления конкуренции в 2004 г. все исследуемые предприятия, за исключением ЧУП ГФМ, заняли неблагоприятную конкурентную позицию, что выразилось в снижении уровня их конкурентоспособности и принятии органами государственной власти ряда решений, направленных на интеграцию молочных предприятий Гомельской области. В 2006–2007 гг. вследствие неблагоприятной рыночной конъюнктуры практически все исследуемые предприятия снизили уровень конкурентоспособности, несмотря на реализацию государством мероприятий по развитию молочной промышленности.

Таким образом, сущность использования данной методики заключается в определении значимости ценовых и неценовых способов конкуренции на основе количественной оценки их использования предприятием в сопоставлении с аналогичными показателями одноотраслевых конкурентов, потребителей, производителей товаров-заменителей, потенциальных конкурентов и последующего моделирования зависимости конкурентоспособности предприятия от величины указанных показателей уровня конкуренции.