

УДК 637.1(476.2)

Н. П. ДРАГУН, Е. М. КАРПЕНКО

АНАЛИЗ КОНКУРЕНЦИИ В МОЛОЧНОЙ ОТРАСЛИ НА ПРИМЕРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ

Гомельский государственный технический университет им. П. О. Сухого

(Поступила в редакцию 15.11.2005)

Интенсивность конкуренции на рынке является определяющим внешним фактором уровня конкурентоспособности предприятия и потенциальной рентабельности его деятельности [1]. Особенно это актуально для отраслей, отличающихся высокой интенсивностью конкуренции, одной из которых является молочная отрасль Республики Беларусь.

Условия конкуренции, внутренние факторы конкурентоспособности и, следовательно, ее результатный уровень у предприятий молочной отрасли Республики Беларусь в большой степени обуславливаются следующими ее характерными чертами.

1. Потребительский спрос на продукты питания может быть удовлетворен производителями различных пищевых отраслей, поэтому интенсивность конкуренции со стороны товаров-заменителей (в широком смысле) велика. В этой связи необходимо постоянно поддерживать интерес потребителя к молочной продукции как источнику питательных веществ и вкусовых качеств [2].

2. Отрасль характеризуется низкой капиталоемкостью. Так, например, на одно пищевое предприятие в 2003 г. приходилось в среднем 11,057 млрд руб. промышленно-производственных основных фондов, в то время как в среднем по промышленности этот показатель составил 28,471 млрд руб. [3]. Это потенциально способствует входу новых предприятий в анализируемую отрасль и повышенной конкуренции со стороны потенциальных конкурентов в ней.

3. Вследствие «стандартности» выпускаемого ассортимента молочной продукции большинство сегментов белорусского рынка до недавнего времени были заполнены однотипными товарами, выпускаемыми разными предприятиями и отличающимися только производителем и качеством [4, 5]. Это привело к тому, что если в целом для молочной продукции эластичность потребительского спроса по цене и доходам невелика, то для отдельного предприятия она стала очень высокой по показателю цена/качество. Вследствие этого важнейшее значение имеет развитие брендов, которые позволяют исключить однотипность продукции [6]. Также факторами, усиливающими конкурентное давление со стороны потребителей, являются: короткий срок реализации продукции (без применения специальной упаковки товара); снижение по мере роста доходов в расходах белорусов доли продовольственных товаров; привлекательность для населения зарубежных продуктов (особенно это касается йогуртов) [7].

4. Большое влияние на конкуренцию в Республике Беларусь оказывает торговля. Ее конкурентная сила выше, чем сила продавцов и покупателей вместе взятых. Это объясняется в большой степени государственной принадлежностью торговых предприятий и национальными особенностями регулирования их деятельности. Данная ситуация часто приводит к тому, что на региональных рынках слабые предприятия поддерживаются административными органами, а сильные из других регионов подавляются [5]. Для динамики конкуренции имеет значение и воздействие фактического собственника большинства молочных предприятий – государства.

Ряд технологических особенностей производства также обуславливают высокую интенсивность конкуренции в отрасли. К ним относятся: сезонность производства сырья, приводящая к неравно-

мерному использованию производственных мощностей на перерабатывающих предприятиях; высокие требования к качеству продуктов, их ассортименту, зависимость качества от характеристик сырья; возможность широкого использования отходов производства при наличии необходимой технической и технологической базы [8, 9].

Вышеперечисленные условия конкуренции делают необходимой при разработке конкурентной стратегии молочных предприятий Республики Беларусь количественную оценку динамики степени интенсивности конкуренции на рынке и величины ее влияния на результатный уровень конкурентоспособности данных предприятий.

Методы исследований. С использованием методики, изложенной в [10, 11], была проведена оценка интенсивности конкурентного противодействия деятельности молочных предприятий Гомельской области – ОАО «Молочные продукты», г. Гомель (ОАО МП), ОАО «Калинковичский завод цельного молока» (ОАО КЗЦМ), ОАО «Хойникский сыродельный комбинат» (ОАО ХСК), ОАО «Мозырские молочные продукты» (ОАО ММП), ОАО «Гомельская фабрика мороженого» (ОАО ГФМ), ОАО «Светлогорский молочный завод» (ОАО СМЗ), ОАО «Буда-Кошелевские сыры» (ОАО БКС), ОАО «Рогачевский молочно-консервный комбинат» (ОАО РМКК) – на рынке за период 1999–2003 гг.

В соответствии с примененной методикой интенсивность конкуренции измерялась посредством оценки отношения интегрального показателя интенсивности использования методов конкуренции в среднем по отрасли к аналогичному показателю оцениваемого предприятия. Результатный уровень конкурентоспособности предприятий оценивался по показателю рентабельности активов. Источниками информации для проведения исследования являлась статистическая отчетность исследуемых предприятий и информация Министерства статистики и анализа Республики Беларусь.

В качестве рассматриваемых субъектов конкурентного противодействия выступали одноотраслевые предприятия и потребители. Оценка конкурентного противодействия со стороны прочих субъектов конкуренции [12] не проводилась, так как, во-первых, непосредственных товаро-заменителей продукции исследуемых предприятий не существует; во-вторых, их отношения с поставщиками сырья (молока) носят не рыночный характер, а координируются, главным образом, общим собственником имущества (государством); в-третьих, барьеры на вход в отрасль в исследуемом периоде были очень велики, что подтверждает динамика количества предприятий отрасли.

Динамика уровня конкуренции в молочной отрасли. Рассмотрим динамику частных и общего интегральных показателей ретроспективного уровня интенсивности конкурентного противодействия деятельности исследуемых предприятий молочной отрасли Гомельской области на рынке, исчисленных за период 1999–2003 гг.

Динамика исчисленных за период 1999–2003 гг. частных и общего интегральных показателей ретроспективного уровня интенсивности конкурентного противодействия деятельности исследуемых предприятий на рынке

Предприятие	Одноотраслевые конкуренты			Потребители	Общий интегральный показатель ретроспективного уровня интенсивности конкурентного противодействия
	темпы снижения цен на продукцию (работы, услуги) предприятия за анализируемый период	темпы роста цен на продукцию предприятия по отношению к отрицательной динамике темпов роста объема ее производства	интегральный показатель интенсивности конкуренции со стороны одноотраслевых предприятий	эластичность спроса на продукцию (работы, услуги) предприятия по цене за анализируемый период	
d_k	0,2154	0,7846	0,5785	0,4215	$I_{рет}$
ОАО МП	1,4547	0,5966	0,7229	1,0482	0,8454
ОАО КЗЦМ	1,3817	0,6042	0,7221	1,4142	0,9586
ОАО ХСК	1,7520	0,3347	0,4781	1,3821	0,7479
ОАО ММП	0,9920	1,1021	1,0774	0,6548	0,8735
ОАО ГФМ	0,9865	0,9015	0,9192	0,4517	0,6813
ОАО СМЗ	1,6926	0,3741	0,5178	0,6055	0,5531
ОАО БКС	1,3953	0,6283	0,7461	1,8608	1,0967
ОАО РМКК	0,9756	1,1557	1,1143	0,5384	0,8201
$R_{набл}$ – степ.	–	–	–	–	–0,5706
$T_{набл}$ – степ.	–	–	–	–	–4,2829

Анализ динамики частных и общего интегральных показателей ретроспективного уровня интенсивности конкурентного противодействия деятельности исследуемых предприятий за период 1999–2003 гг., приведенных в таблице, позволяет сделать следующие выводы.

1. Среди частных показателей интенсивности конкурентного противодействия со стороны одноотраслевых предприятий значимыми оказались только два – темп снижения цен на продукцию (0,2154) и темп роста цен на продукцию предприятия по отношению к отрицательной динамике темпов роста объема ее производства (0,7846). Это говорит о том, что в исследуемый период значимыми с точки зрения влияния на результатный уровень конкурентоспособности были интенсивность ценовой конкуренции и использования рыночной власти. При этом, во-первых, значимость использования рыночной власти значительно выше ценовой конкуренции, во-вторых, в течение исследуемого периода интенсивность ценовой конкуренции усиливалась, а использования рыночной власти снижалась вследствие ее утраты исследуемыми предприятиями.

2. Значимость интенсивности конкуренции со стороны потребителей и одноотраслевых предприятий примерно одинакова (0,4215 и 0,5785 соответственно). Большая значимость интенсивности конкуренции со стороны одноотраслевых предприятий в исследуемом периоде объясняется наличием в начале периода (1999–2001 гг.) у исследуемых предприятий существенной рыночной власти по отношению к потребителям, что подавляло их конкурентную активность и снижало угрозу переключения на продукцию конкурентов.

3. Ранги исследуемых предприятий по уровню интенсивности конкурентного противодействия в большинстве случаев противоположны их рангам по результатному уровню конкурентоспособности, т. е. чем выше интенсивность конкурентного противодействия, тем в общем случае ниже результатный уровень конкурентоспособности исследуемых предприятий. Данный вывод подтверждается значением коэффициента корреляции, определенным как для линейной, так и степенной формы зависимости между интенсивностью конкурентного противодействия и результатным уровнем конкурентоспособности, и показателем $T_{\text{набл}}$ его значимости. Однако данный коэффициент для степенной формы зависимости больше и составляет $r_{\text{набл}} = -0,5706$ ($T_{\text{набл}} = -4,2829$). Таким образом, интенсивность конкурентного противодействия является значимым фактором результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий.

Влияние уровня конкуренции на результатный уровень конкурентоспособности. Для определения величины влияния интенсивности конкурентного противодействия на рынке как внешнего фактора результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий совместно с влиянием на него внутренних факторов (конкурентных преимуществ) был проведен регрессионный анализ взаимосвязи результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий молочной отрасли Гомельской области в период 1999–2003 гг. с внешними и внутренними факторами, его определяющими. Результаты регрессионного анализа позволили получить следующую регрессионную зависимость:

$$\hat{P}^{\text{рез}} = 37,9150 \cdot K_{\text{T}}^{2,2903} \cdot \text{Вл}^{1,5247} \cdot \text{И}_{\text{к.п}}^{\text{рет}-0,9718},$$

где $\hat{P}^{\text{рез}}$ – расчетное значение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий; K_{T} , Вл , $\text{И}_{\text{к.п}}^{\text{рет}}$ – величина конкурентоспособности продукции (работ, услуг), рыночной власти и интенсивности конкурентного противодействия соответственно.

Выводы

1. Построенное регрессионное уравнение является статистически значимым, что подтверждается значением $F_{\text{набл}} > F_{\text{кр}}$, показателем значимости F -статистики, а также значениями $t_{\text{набл}} > t_{\text{кр}}$ при коэффициентах регрессии и показателями их значимости, тестами на выполнение условий Гаусса-Маркова. Полученная зависимость позволяет объяснить 55,83% вариации результатного уровня конкурентоспособности молочных предприятий Гомельской области в краткосрочном периоде. Значение статистики Дарбина-Уотсона показывает, что все значимые факторы в регрессионное уравнение включены.

2. Среди конкурентных преимуществ молочных предприятий Гомельской области значимыми с точки зрения влияния на ее результатный уровень конкурентоспособности являются конкурентоспособность продукции (работ, услуг) и величина рыночной власти. Зависимость между величиной данных конкурентных преимуществ и результатным уровнем конкурентоспособности степенная, а величина влияния положительная: рост на 1% величины конкурентоспособности продукции (работ, услуг) вызывает увеличение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий на 2,2903%, величины рыночной власти – на 1,5247%.

3. Интенсивность конкурентного противодействия является значимым внешним фактором результатного уровня конкурентоспособности молочных предприятий Гомельской области. Зависимость между величиной данного фактора и результатным уровнем конкурентоспособности степенная, а величина влияния отрицательная: рост на 1% интенсивности конкурентного противодействия вызывает снижение результатного уровня конкурентоспособности исследуемых предприятий на 0,9718%. Величина влияния интенсивности конкурентного противодействия позволяет говорить о том, что в рассматриваемой отрасли оно достаточно велико, так как предприятия интенсивно используют такие методы конкуренции, как ценовая и использование рыночной власти.

Литература

1. Портер М. Э. Конкуренция: Пер. с англ.: Уч. пос. М., 2000.
2. Антонов А. // Дело. 2004. № 11. С. 18–20.
3. Промышленность Республики Беларусь: Стат. сб. Мн., 2004.
4. Коржевич К. // Дело. 2004. № 11. С. 14.
5. Романович К. // Директор. 2005. № 3. С. 10–12.
6. Коржевич К. // Дело. 2004. № 11. С. 21.
7. Ревенков А. Н. // ЭКО. 2004. № 12. С. 107–120.
8. Пущаенко А. // Агрэжэноміка. 2004. № 6. С. 41–42.
9. Сергеева А. Г., Леонова О. М. // Белорусская экономика: анализ, прогноз, регулирование. 2004. № 7. С. 58–63.
10. Драгун Н. П. // Вестник ГГТУ им. П. О. Сухого. 2004. №1. С. 69–76.
11. Драгун Н. П. // Вестник ГГТУ им. П. О. Сухого. 2003. №4. С. 99–108.
12. Драгун Н. П. Сущность конкуренции как детерминанта конкурентоспособности предприятия // Стратегия и тактика развития производственно-хозяйственных систем: Материалы III Междунар. науч.-практ. конф., 27–28 ноября 2003 г. Гомель, 2003. С. 108–109.

N. P. DRAGUN, E. M. KARPENKO

ANALYSIS OF THE COMPETITION INTENSITY IN THE DAIRY PRODUCT BRANCH BY THE EXAMPLE OF GOMEL REGION ENTERPRISES

Summary

The dairy products market distinguishes itself by the high competitive activity, which makes actual its valuation and analysis as well as the determination of the degree of its influence on the level of the competitive ability of dairy product enterprises. The results of the analysis of the competition intensity in dairy enterprises of the Gomel region are stated in the article. We concluded about the importance of the intensity of competitive counteraction on the part of both single-branch competitors and users as factors of the resulting level of the competitive ability of the enterprises under study.