

УДК 656.612:658.14

А.А. Леонов, Т.М. Леонова

КРИТЕРИИ И ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СУДОХОДНОЙ КОМПАНИИ

Рассматриваются определяющие конкурентоспособность факторы внешнего и внутреннего порядка. На основе системного выделения учитываемых факторов обосновываются внутрисистемные и общесистемный критерии, определяющие привлекательность перевозчиков для клиентуры.

Ключевые слова: услуга морской перевозки, конкурентоспособность судна и судоходной компании, факторы внутренней и внешней среды, общесистемный и внутрисистемный критерии.

Розглядаються фактори, які визначають конкурентоспроможність зовнішнього й внутрішнього порядку. На основі системного виділення факторів, що враховуються, обґрунтовуються внутрісистемні й загальносистемні критерії, що визначають привабливість перевізників для клієнтури.

Ключові слова: послуга морського перевезення, конкурентоспроможність судна й судноплавної компанії, фактори внутрішнього й зовнішнього середовища, загальносистемний і внутрісистемний критерії.

The main factors of ships competitiveness at the local freight market and its criterias are analyzed and their classifications are developed. The internal and general system's criterias of competitiveness based on estimation of the factors of competitiveness and advantage approach are proved.

Keywords: competitiveness, local freight market, principles, criteria, factors.

© Леонов А.А., Леонова Т.М., 2012

Постановка проблемы. Важной особенностью услуг морской перевозки грузов, что в значительной мере определяет возможность проведения объективного анализа степени их конкурентоспособности, является то, что уровень приоритетности у потребителя может быть с достаточной точностью оценен на основе сопоставления выбранных пользователем критериев использования разных судов для доставки груза. В то же время, анализ известных методов определения конкурентоспособности продукции и услуг транспорта показывает, что они носят в значительной мере односторонний характер, имеют ряд недостатков, которые снижают вероятность полученных на их основе оценок уровня конкурентоспособности, не позволяют учесть много существенных ее особенностей и не содействуют активизации конкурентных преимуществ. В основном это связано с попыткой оценить конкурентоспособность в целом какой-нибудь схемы перевозки, транспортного коридора и т.п. Практика показывает, что без всесторонней оценки всех составляющих транспортной схемы или системы получить объективную оценку невозможно.

Обзор последних исследований и публикаций. Проблеме оценки конкурентоспособности продукции и услуг посвящено очень большое число публикаций [1–11]. Общим для большинства из них является смешение понятий конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности компании, а также, исключением может быть только [5], использование подходов к оценке конкурентоспособности на основе синтезированных самими авторами различных показателей, как, например, в [6; 8; 11], основанных на исследовании потребностей клиентуры. При этом практически во всех публикациях, для оценки конкурентоспособности не используется конкурентная цена, как зеркало, которое отображает все потребительские свойства, качество продукции и услуг.

В этой связи оценка конкурентоспособности на основе прогнозируемой цены продукции и услуг приобретает особую актуальность. Возникает также необходимость уточнения различий в понятиях «конкурентоспособность компании» и «конку-

рентоспособность продукции компании», систематизации факторов, влияющих на уровень конкурентоспособности, и обоснования критериев оценки конкурентоспособности судна. Исследованию этих, не в полной мере решенных аспектов оценки конкурентоспособности продукции и услуг (на примере морской перевозки), и посвящена настоящая работа.

Задачи исследования. Целью статьи является конкретизация определения понятия конкурентоспособности продукции и конкурентоспособности компании, выявление и систематизация основных факторов конкурентоспособности судна на основе их классификации и обоснование критериев оценивания и выбора перевозчиков.

Основной материал исследования. В обычном понимании конкуренцию можно представить как борьбу за выживание двух соперников на определенном товарном рынке или рынке услуг. С этой точки зрения два соперника – конкурента будут представлять собой либо вариант один против всех, либо вариант двух соперничающих альянсов.

В простейшей модели борьбы двух таких противников – известной модели Ланкастера – состояние системы описывается точкой (x, y) положительного квадранта плоскости. Координаты этой точки x и y можно представить, как доли рынка, удерживаемые каждым из конкурентов. Модель имеет вид

$$\begin{cases} \dot{x} = -by \\ \dot{y} = -ax \end{cases} \quad (1)$$

где a – производственный потенциал конкурента x ;

b – производственный потенциал конкурента y .

Попросту говоря, предполагается, что каждое судно конкурента x отбирает за единицу времени a клиентов у конкурента y (и, соответственно, каждое судно конкурента y отбирает b клиентов у конкурента x). Точка над буквой здесь и далее означает

производную по времени t , то есть скорость изменения обозначенной буквой величины.

Это – жесткая модель, которая допускает точное решение

$$\frac{dx}{dy} = \frac{by}{ax}, \quad axdx = bydy, \quad ax^2 - by^2 = const. \quad (2)$$

Вывод модели таков: для борьбы с конкурентом, имеющим вдвое большую долю рынка (обладающего вдвое большим экономическим потенциалом) нужно приложить в четыре раза больше усилий, с конкурентом, который имеет втрое большую долю рынка – в девять раз больше усилий и т. д. На практике, конечно, такая жесткая модель конкуренции сильно идеализирована и было бы опасно прямо применять ее к реальной ситуации.

Особое внимание следует обращать на то, что на конкурентную среду могут оказывать влияние и компании других локальных рынков. Например, трамповые и линейные перевозчики могут выступать конкурентами на одних и тех же грузопотоках, особенно в периоды понижения фрахтовых ставок, когда линейные перевозчики фрахтуют суда с трампового рынка для линейной работы в целях расширения своего тоннажа. Степень конкуренции между различными формами судоходства зависит от доли грузов, являющихся объектом конкуренции.

Помимо конкуренции между линейными и трамповыми судовладельцами существует конкуренция между танкерами и сухогрузными судами в перевозках некоторых массовых грузов, в частности, зерна, т.к. конструктивные особенности танкеров без особых дополнительных затрат позволяют перевозить зерно насыпью и обеспечивать сохранную его доставку.

Грузовладельцы также в большей или меньшей степени могут влиять на силу конкуренции, особенно в период падения спроса.

В результате проведенного исследования оказалось возможным внести некоторое уточнение в известную модель сил конкуренции (рис. 1).

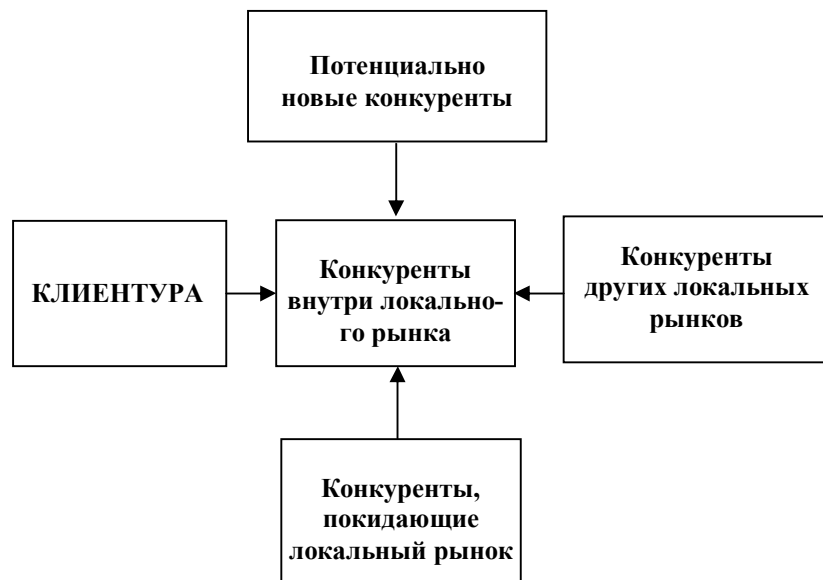


Рис. 1. Схема модели сил конкуренции

Это можно сделать посредством добавления конкурентов покидающих локальный рынок, поскольку последние изменяют конкурентные позиции участников рынка, усиливая для одних и соответственно ослабляя для других, что необходимо учитывать в процессе прогнозирования будущего состояния рынка.

Конкурентоспособность представляет собой сложное и многогранное понятие, связанное не просто с превышением каких-то характеристик одного процесса и явления над другим процессом и явлением, а с действием множества факторов, как непосредственно влияющих, так и действующих опосредованно на экономические процессы и явления морского судоходства каждой страны и в мире в целом.

В этой связи конкурентоспособность судоходных компаний и даже отдельных судов может и должна рассматриваться как потенциальная готовность грузовладельца (клиента) осуществить морскую перевозку на соответствующем судне или же судне соответствующей компании.

Конкурентоспособность продукции (услуг) – характеристика, отражающая отличие продукции или услуг от продукции или услуг конкурентов.

Конкурентоспособность компании – это ее способность вести или выдерживать конкурентную борьбу. В современной терминологии вместо конкурентоспособности компании часто используют более широкий термин – рейтинг компании (относительный престиж) [4; 8], хотя, рассчитываемый по доле рынка, удерживаемого компанией, он имеет мало общего со способностью компании выдерживать конкурентную борьбу.

Рейтинг – это своеобразный индикатор, который либо подтверждает эффективность политики компании, либо сигнализирует про необходимость ее коррекции. Для ориентации в сложной рыночной ситуации компаниям необходимо правильно оценивать не только свой потенциал, а и потенциал своих конкурентов и партнеров. В странах с развитой рыночной экономикой существуют независимые рейтинговые агентства, которые на договорных условиях выполняют работы для государства, компаний, банков и т.д.

Конкурентоспособность – понятие относительное, т.е. оно может быть выявлено только на основе сравнения ряда объектов. Поэтому, строго говоря, оценивается не конкурентоспособность предприятия (продукции, услуг), а степень конкурентоспособности, которая зависит от объекта сравнения. Меняется объект сравнения – меняется, соответственно, степень конкурентоспособности.

При этом следует иметь в виду, что различные судоходные компании могут в принципе работать и через различные порты перевалки. Например, отечественные компании работают через украинские порты, а конкурирующие с ними судоходные

компаний России – через российские порты Черноморско-Азовского бассейна. Таким образом, готовность клиента использовать для перевозки определенное судно определенного судовладельца формируется как результат действия совокупности естественно-географических факторов, определяющих местоположение (географические точки) портов перевалки, имея в виду их удаленность от мест зарождения и назначения грузопотоков, ценовых параметров, определяющих затраты грузовладельца по доставке товара от пункта отправления до пункта назначения, возможных потерь судовладельцев, определяющихся продолжительностью стояночного времени и размером портовых сборов при том или ином варианте транспортировки и используемых типов судов, а также качеством предоставления всех видов транспортных услуг. Последние так же могут быть оценены через ценовые параметры.

Формирование такой готовности клиента – грузовладельца происходит под воздействием целого ряда факторов. Для системной оценки влияния различных факторов на уровень конкурентоспособности судна необходимо осуществить их классификацию и увязать с критериями оценки самой конкурентоспособности.

Все факторы по отношению к судну и компании можно определить как внешние и внутренние.

Факторы внешнего порядка связаны со сформировавшейся структурой морских сообщений (линейных – магистральных, фидерных, и трамповых) технико-эксплуатационными характеристиками портов, уровнем цен на строящиеся суда, состоянием фрахтового рынка в линейном и трамповом судоходстве, реализуемым экономическим механизмом в стране флага судна и другими аспектами.

Внутренние факторы отражают конструктивные особенности судов с точки зрения их соответствия условиям каждой конкретной перевозки, возраст судов, флаг, техническое состояние, эксплуатационный бюджет времени работы, удельный вес постоянных издержек в цене перевозки, имея в виду готовность

судовладельца пойти на определенные уступки по фрахту, повышая тем самым конкурентоспособность собственного флота. Следует отметить, что три из перечисленных факторов (техническое состояние, эксплуатационный бюджет времени работы, удельный вес постоянных издержек в цене перевозки) во многом определяются политикой компании, которую она проводит в отношении модернизации и ремонта собственного флота.

Эффективное управление конкурентоспособностью предполагает целенаправленное воздействие на определяющие ее уровни факторы с целью достижения желаемого результата, то есть оптимизации их суммарного воздействия.

Иначе говоря, если фактор представляет собой конкурентный недостаток, то целенаправленное воздействие на него должно перевести его в разряд конкурентных преимуществ. В этой связи для выбора критериев принятия хозяйственных решений необходимо исходить из общей теории экономической эффективности.

Повышение экономической эффективности затрат на создание, производство, ввод в эксплуатацию и использование новой техники, связано с качеством их экономического обоснования.

Само по себе создание и внедрение новой техники не является самоцелью, а представляет собой процесс поиска вариантов наиболее эффективного размещения капитала. С этих позиций эффективность создания и использования новой техники должна оцениваться исходя из критерия, характеризующего величину нормы прибыли на капитал базового и нового (проектного) варианта. Количественной оценкой эффективности является показатель, называемый «коэффициент эффективности», который рассчитывается как отношение нормы прибыли на капитал в новом (проектном) варианте к его базовой величине и показывает во сколько раз норма прибыли на капитал в проектном варианте превышает соответствующую величину базового варианта.

$$E = \frac{N_{нов}}{N_{баз}}, \quad (3)$$

где E – коэффициент эффективности;

$N_{нов}$ и $N_{баз}$ – норма прибыли на капитал в новом и базовом вариантах соответственно.

Привлекательность перевозчика для клиентуры во многом также определяется сложившимся на рынке имиджем компании, уровнем её корпоративной культуры, уровнем квалификации персонала и подходами к организации управления, чётко сформулированной миссией организации и стратегическими устремлениями. Всё вместе это можно объединить в такой важный в современном мире критерий как социальный капитал организации, который во многом определяет её потенциал.

Вышеперечисленные критерии относятся к внутрисистемным, действующим внутри системы. Однако следует не забывать и о общесистемных критериях. Одним из них является доля фраговой составляющей в цене товара, снижение которой является на сегодняшний день актуальной задачей мирового общества.

Доля морских транспортных затрат в стоимости, страховании и фрахте импортных грузов в промышленно развитых странах составляет в среднем 4,5 % и, в свою очередь, в развивающихся странах – 10 % и более. В некоторых развивающихся странах эта доля составляет более 20 %. Этот показатель может быть значительно выше, если учесть стоимость неэффективного руководства перевозками в большинстве этих стран.

Влияние критериев и факторов на конкурентоспособность судоходной компании показана на рис. 2.

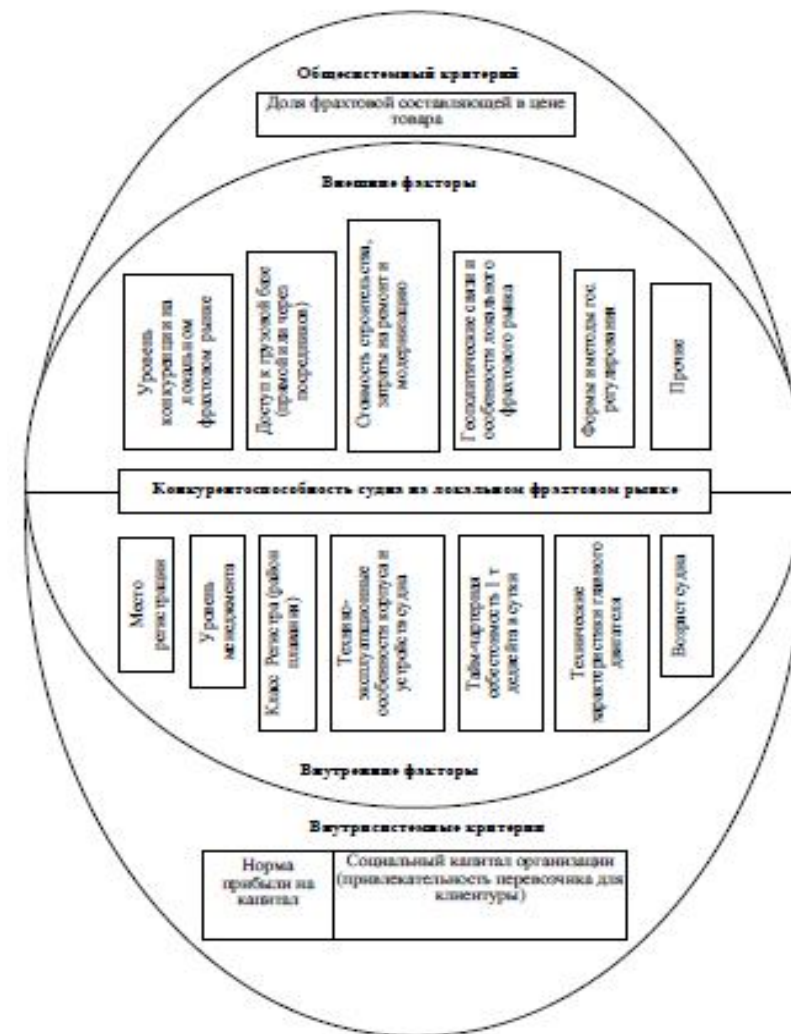


Рис. 2. Взаимосвязь критериев и факторов, влияющих на конкурентоспособность судна судоходной компании

Выводы. Принцип «если конкурент вдвое сильнее или их вдвое больше, то надо затратить в четыре раза больше средств на конкурентную борьбу», вытекающий из классической модели Ланкастера, справедлив только на конечном этапе (взаимного истребления), в то время как на начальном этапе конкурентной борьбы, необходимость четырехкратного превосходства, может быть, откорректирована.

Основным выводом из этого является то, что не бывает абсолютно сильных конкурентов и занимаемая значительная доля рынка не является абсолютной гарантией выигрыша в конкурентной борьбе.

Конкурентоспособность продукции (услуг) – характеристика степени удовлетворения потребности, отражающая отличие продукции или услуг от продукции или услуг конкурентов.

Конкурентоспособность предприятия – это его способность вести конкурентную борьбу.

Конкурентная среда формируется под влиянием борьбы внутриотраслевых конкурентов, однако, в судоходстве основными конкурентами являются компании, оперирующие на одном локальном рынке. Готовность клиента использовать для перевозки конкретное судно конкретного судовладельца формируется под влиянием целого ряда факторов, которые относительно судна и компании нужно рассматривать вместе с внутрисистемными и общесистемными критериями.

Выявленные и систематизированные в статье факторы конкурентоспособности судна во взаимосвязи с выбранными критериями, определяющими привлекательность перевозчика для клиентуры, представляют собой концептуальную основу дальнейшего определения конкурентоспособности и ее уровня для продукции (услуг) транспорта по морской перевозке грузов с учетом присущих ей особенностей.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Астахова И. Повышение конкурентоспособности изделия / И. Астахова // Бизнес информ. – 1997. – № 21. – С.71-74.
2. Галтвановский И.Н. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и микроуровневом измерениях / И.Н. Галтвановский, В. Жуковская, И.Трофимова // Российский экономический журнал. – 1998. – № 3. – С.193-199.
3. Вензик Н.Г. Повышение конкурентоспособности судоходных компаний / Н.Г. Вензик, Г.А. Левиков. – М.: Транспорт, 2001. – 215 с.
4. Ермолов М.О. Как отличается конкурентоспособность фирмы от конкурентоспособности товара? / М.О. Ермолов // Как продать ваш товар на внешнем рынке? – М.: Мысль, 1990. – С.228-241.
5. Интервью профессора А. Пригожина главному редактору журнала «Экономические стратегии». – 2002. – № 2. – С.55-59.
6. Комплексная оценка качества транспортного обслуживания потребителей транспортных услуг // ЦНИИТЭИ железнодорожного транспорта. Сер. "Маркетинг и коммерческая деятельность", Экспресс-информ. – М., 1998. – Вып. 2. – С. 1-10.
7. Котлубай А.М. Критерии управления транспортными системами / А.М. Котлубай, А.А. Липинская // Развитие методів управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. пр. – Вып. № 7. – Одеса: ОДМУ, – 2000. – С.56-66.

8. Котлубай В.О. Оцінка конкурентоздатності на основі логістичних принципів вибору способу перевезень / В.О. Котлубай // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: Зб. наук. пр. – Вип.8. – К.: НАУ, 2002. – С.90-95.
9. Котлубай М.И. Международные перевозки грузов морским транспортом / М.И. Котлубай, В.Г. Кухарчик, Е.Г. Сиволяс. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 1999. – 64 с.
10. Котлубай О.М. Бюджетное планирование и управление как инструмент повышения конкурентоспособности судоходных компаний / О.М. Котлубай, В.О. Котлубай // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. – Вип. 14. – Одеса: ОНМУ, 2003. – С. 205-214.
11. Курлянд А.М. Экономическая стратегия развития национального торгового судоходства: Теория, практика / А.М. Курлянд, Н.Т. Примачев. – Одесса: Маяк, 2000. – 218 с.

Стаття надійшла до редакції 10.02.2012

Рецензент – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри «Менеджмент і маркетинг» Одеського національного морського університету **М.Я. Постан.**