

Анализ конкуренции на рынке автотоваров города Владивосток

Analysis of competition in the automotive market of the city Vladivostok

Мартьянов Р.В.

Студент 4 курса

Факультет менеджмент

Владивостокский государственный университет

Владивосток, Россия

e-mail: martianov01@list.ru

Martianov R.V.

Student 4 term

Faculty of management

Vladivostok State University

Vladivostok, Russia

e-mail: martianov01@list.ru

Аннотация.

В рамках данной научной статьи конкурентоспособность позиционируется как ключевой фактор современных рыночных условий, позволяющий предприятиям, которые занимаются продажей авто-товаров, быть успешными и рентабельными. В исследовании анализируется рынок авто-товаров по России и в частности по городу Владивостоку. Приводятся статистические данные, по результатам которых дана общая характеристика рынка авто-товаров города Владивостока. Определены основные торговые площадки и магазины рынка авто-товаров города Владивосток.

Annotation.

Annotation. Within the framework of this scientific article, competitiveness is positioned as a key factor of modern market conditions, which allows enterprises that sell auto goods to be successful and profitable. The study analyzes the market of auto goods in Russia and in particular in the city of Vladivostok. Statistical data are given, according to the results of which the general characteristics of the automotive goods market of the city of Vladivostok are given. The main trading platforms and shops of the auto goods market of the city of Vladivostok have been identified.

Ключевые слова: конкуренция, рынок, рентабельность, экономика, конкурентоспособность, сервис, услуги.

Key words: Keywords: competition, market, profitability, economy, competitiveness, service, services.

Актуальность темы исследования научной статьи заключается в том, что в силу постоянно меняющихся потребностей рынка и ужесточения процесса конкуренции предъявляются повышенные требования к способности предприятия адаптироваться в постоянно меняющейся среде рынка. Именно потому возникает необходимость в построении такой системы управления организацией, которая будет не только эффективна, но и сможет своевременно отвечать на «вызовы» внутренней и внешней среды.

Общепринятая трактовка понятия «конкуренция» звучит так – это состязательность, соперничество на каком-либо поприще [2, 78].

На сегодняшний день закреплено легальное определение конкуренции, под которой, согласно п.7 ст. 4 ФЗ «О защите конкуренции» законодатель предлагает понимать: «соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке» [1].

Проблема повышения конкурентоспособности всегда актуальна для любого вида бизнеса, независимо от его масштабов, отраслевой специализации и территориальной принадлежности [6].

В современных рыночных отношениях конкуренция является одним из самых важных механизмов обеспечения эффективности в деятельности всех участников рыночного обмена [3, 112].

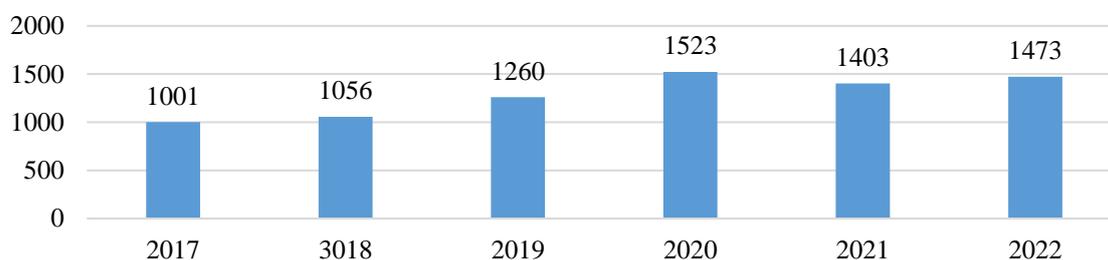
В научной литературе представлено обширное разнообразие подходов к определению конкурентоспособности, что свидетельствует об актуальности, а также о многогранности и многоаспектности данной проблематики. Современные организации функционируют в условиях повышенной неопределенности, сопряженной со стремительными изменениями экономических, политических, правовых, информационно-технологических и других факторов хозяйствования. Динамично изменяющиеся условия внешней среды стимулируют адаптивность и гибкость компаний в принятии управленческих решений, тем самым обостряя и конкуренцию между субъектами рыночных отношений на внутренних и внешних рынках. Все это обуславливает необходимость исследования, анализа, оценки и совершенствования конкурентных позиций хозяйствующих субъектов» [7].

Сложившиеся условия среды оказывают влияние на выстраивание и изменение конкурентоспособности экономических систем, усложняя вопросы оценки конкурентных позиций. В связи с этим принимаются стратегические решения для повышения эффективности данных систем [8].

В России с каждым годом повышается спрос на авто-товары [10, 44]. Всего в стране насчитывается более 54 миллионов автомобилей, разумеется они требуют регулярной замены частей, обслуживания, всевозможных узлов и агрегатов подверженных износу, либо поврежденных вследствие аварий.

События с 24 февраля 2022 года, а также введенные санкции существенно повлияли на автомобильную отрасль России в целом, причем в негативную сторону. Из-за проблем с поставками множество автозапчастей становятся недоступными для покупки в России, при этом цены на российские автомобили и запчасти к ним также имеют тенденции к росту.

На рис. 1 показаны статистические данные объема рынка авто-товаров.



[Составлено автором]

Рисунок 1. Динамика объема рынка авто-товаров в России в период 2017-2022 гг. в млрд руб.

В период с 2017-2022 гг. наблюдался динамический рост объема авто-товаров с 1001 миллиарда рублей в 2017 году до 1523 миллиардов рублей в 2020 году. Далее следовал небольшой спад до 1403 миллиарда рублей в 2021 году. В 2022 году объем рынка автозапчастей увеличился по сравнению с 2021 годом на 70 миллиардов рублей и составил 1 473 миллиарда рублей [13].

Рынке авто-товаров в России лидирующие позиции занимают шины, детали подвески, масла и смазки. Шины являются самой затратной долей в структуре рынка авто-товаров для автомобилей. В 2022 году россияне потратили на покупку покрышек порядка 189,3 миллиарда рублей, что составляет 13% от общего объема. Динамика структуры показана на рис.2.

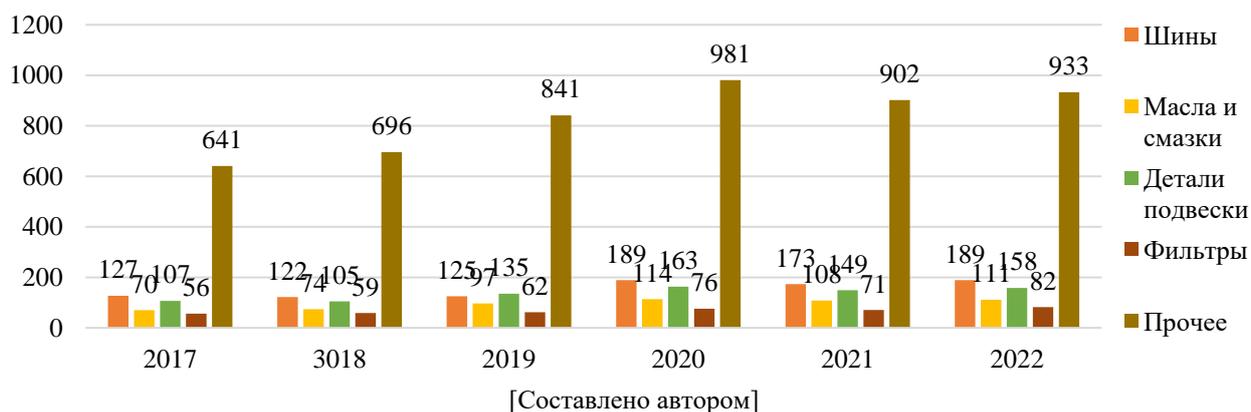


Рисунок 2. Динамика структуры рынка авто-товаров в России в период 2017-2022 гг. в млрд.руб.

Итак, на закупку деталей подвески у россиян ушло порядка 158 миллиардов рублей – 11% от общего объема рынка, а на масла и смазки – 111,2 миллиардов рублей, что составляет 7,6%.

В 2022 году общий объем рынка авто-товаров преодолел отметку в 1 миллион экземпляров разного рода деталей. Если переводить в денежное выражение – это эквивалентно сумме в 1 триллион 473 миллиарда рублей [13].

На рис.3 представим 12 лучших магазинов авто-товаров из общего рейтинга по России [14]. Факторы, к которым придерживались при исследовании представлены в таблице 2. При исследовании придерживались таким факторам, как:

Таблица 2. Факторы исследования конкуренции автотоваров по России

Фактор	Описание
Территориальный	Магазин должен находиться на территории Российской Федерации
Особенности доставки	Многие магазины авто-товаров готовы отправить заказ в любую точку страны и ближнего зарубежья, но доставка осуществляется чаще всего силами транспортных компаний. Расценки у них разные, от способа доставки зависит и форма оплаты. Например, при почтовых отправлениях от покупателя могут потребовать предоплату. В случае неполучения товара деньги вернуть бывает очень сложно
Поиск детали на сайте	Так как магазины создают разные разработчики, то интерфейс может сильно отличаться. Нередко поиск детали занимает несколько часов, в то время как оформление заказа происходит в течение считанных минут. Очень полезной бывает помощь консультантов. Но в популярных магазинах все телефонные линии бывают заняты, а онлайн поддержка при этом недоступна. Поэтому некоторые пользователи находят артикул детали на других площадках, а затем с помощью комбинации цифр и букв вбивают шифр детали в поисковую строку магазина
Оригиналы и аналоги	Не секрет, что многие автолюбители предпочитают покупать неоригинальные запчасти по простой причине – из-за более низкой цены. В ряде интернет-магазинов при подборе детали по артикулу или VIN-коду отображаются не только оригинальные запчасти, но и их заменители. Такая схема поиска облегчает подбор неопытным автомобилистам
Дополнительные услуги	Чтобы привлечь как можно больше покупателей, многие интернет-магазины прибегают к дополнительным услугам. Одни ресурсы обзаводятся собственными автопарками для оперативной и дешевой доставки. Другие предлагают бесплатную помощь консультантов

Выбранные магазины (рис.3) успешно работают на территории Российской Федерации, отправляя товары во все регионы.

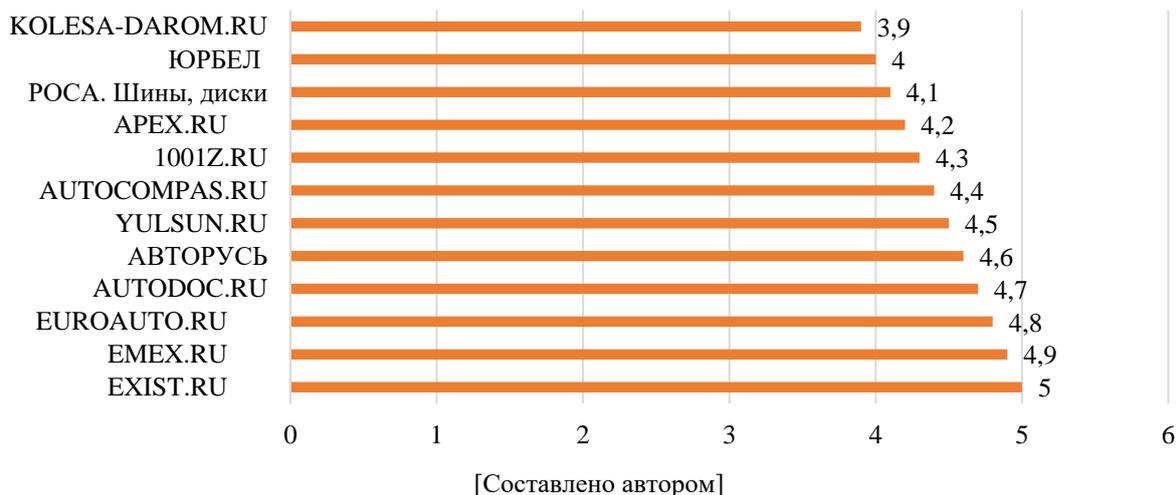


Рисунок 3. Анализ конкуренции на рынке авто-товаров по России

Итак, ведущим магазином авто-товаров в России является EXIST.RU, завершает рейтинг сайт kolesa-darom.ru. Отметим, что в рейтинге (4,1) занимает магазин РОСА. Шины, диски, филиал которого находится не только в западной части России, но и в городе Владивосток.

Далее произведем анализ конкуренции магазинов авто-товаров по городу Владивосток.

Поскольку рынок авто-товаров во Владивостоке достаточно развит, относительно небольшого населения к распространенности автомобилей, в процессе анализа отрасли мы должны обратить внимание на крупнейшие магазины данной отрасли.

Рассмотрим выборку крупнейших магазинов продажи авто-товаров во Владивостоке, по собранным данным ежегодной финансовой отчетности предприятий, взятой с сайта Аудит-Ит.ру [15] (табл. 3).

Таблица 3. Крупнейшие компании по продаже авто-товаров во Владивостоке

Организация	Выручка, млн.руб.
Роса. Шины, Диски	141
ГиперАвто	134
АвтоШик	131
Шина 25	126
1000размеров	123
Эволюшин	118
Гудвил	134

Все вышеуказанные магазины предоставляет аналогичные товары во Владивостоке, но «1000размеров», «ГиперАвто», «Гудвил» дополнительно предлагают услуги в сфере технического обслуживания автомобилей.

Анализируя деятельность конкуренции на рынке авто-товаров во Владивостоке следует отметить, что все магазины имеют одни и те же проблемы, т.е. необученный, технически не грамотный персонал с кустарным методом работ (например, согласно отзывам с 2ГИС [12] многие автолюбители не довольны «1000размером»), низкая оплата труда (например, «ГиперАвто» – текучесть кадров – частые объявления на сайте Фарпост [11] в разделе «вакансии»), что не способствует техническому росту, не качественному маркетингу – работа с клиентом.

Построим карту позиционирования конкурентов (рис.4).

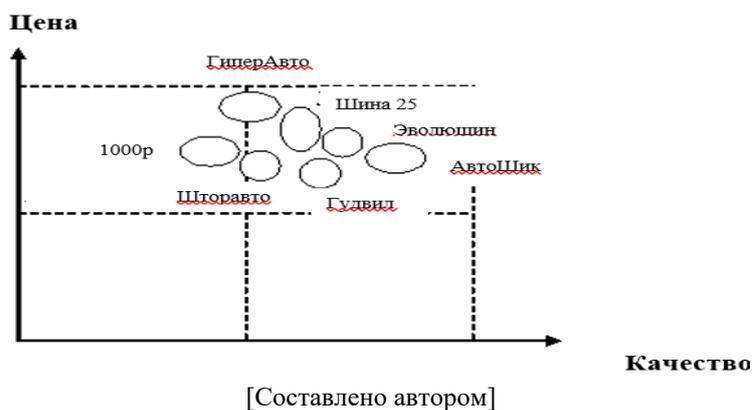


Рисунок 4. Карта позиционирования конкуренции магазинов авто-товаров во Владивостоке

Таким образом, можно сделать вывод, что почти все авто-магазины предоставляют товары и услуги высокого качества и ценам выше средних, но следует отметить, что «Гудвил» завышает цены, а в «1000размеров» персонал с низкой квалификацией из-за чего предоставляются услуги качество которых оставляет желать лучшего.

Итак, подведем итоги. Оценка показателя – финансовое положение, свидетельствует о более устойчивом финансовом положении «Роса. Шины, Диски», по сравнению с «1000размеров» и «Шина 25». Несмотря на это, конкурентоспособность системы управления финансами в том и другом авто-магазине находится на низком уровне, иначе говоря, не удовлетворяет потребности в финансовых ресурсах, в связи с тем, что не используются финансовые возможности полностью.

Обобщающий показатель – конкурентоспособность организаций сбыта и продвижения продукции говорит о том, что уровень конкурентоспособности сбыта «Роса. Шины, Диски» ниже, чем у «ГиперАвто» и «Эволюшин». Хотя степень адаптивности обеих фирм к изменениям внешней среде не высокая. Так как не эффективно используют возможности реализации, в том числе рекламу, средства стимулирования сбыта расширение каналов сбыта.

Оценки показателя – конкурентоспособности организации управленческой деятельности магазинов авто-товаров во Владивостоке показывают, что уровень конкурентоспособности организации управленческой деятельности в «Роса. Шины, Диски» ниже, по сравнению с «АвтоШик» и «Гудвил». Однако, уровень конкурентоспособности организации управленческой деятельности в том и другом авто-магазине не соответствует объективным требованиям нестабильной внешней среды, в связи с их некомпетентностью в вопросах использования возможностей аппарата управления (о чем свидетельствует уровень результативности управления производством и реализацией продукции).

Таким образом, проведенный анализ и оценка конкуренции авто-товаров во Владивостоке показал, что рассмотренные магазины являются вполне конкурентоспособным на рынке авто-товаров во Владивостоке, а их сильными сторонами являются: стабильное финансовое положение, наличие высококвалифицированного персонала, высокого уровня обслуживания, хорошего качества ассортимента продукции.

При оценке слабых сторон, были выявлены неблагоприятные моменты, а именно, недостаточно развитая система сбыта и неэффективная реклама. После проведения анкетирования потребителей было установлено, что больше всего их не устраивает внешний вид торгового зала и недостаточно широкий ассортимент. Проведенный анализ позволил выявить, что, например, магазин «Роса. Шины, Диски» функционирует в условиях нестабильной внешней среды, влияющей на его экономическое развитие и конкурентоспособность. Наибольшим образом на деятельность магазинов авто-товаров во Владивостоке влияют такие факторы, как: приоритетность для покупателя качества и ассортимента продукции; зависимость величины спроса покупателя от уровня

обслуживания; репутация или известность торговых марок поставщиков и отношение поставщиков к качеству продукции. Отрицательное влияние оказывают, главным образом, зависимость от деятельности конкурентов и степень зависимости продавца от покупателя.

Анализируя крупнейшие компании по продаже авто-товаров во Владивостоке, можно сделать вывод о высокой конкуренции в данной сфере. Рынок постоянно терпит видоизменения и насыщен вводом новых технологических усовершенствованных устройств. Что позволяет сделать вывод, что несмотря на высокий уровень конкуренции, рынок автозапчастей довольно широк и насыщен компаниями.

Таким образом, отрасль по продаже авто-товаров во Владивостоке достаточно интенсивно развивается и будет актуальна еще долгое время, так как авто-товары в автомобильной индустрии являются продукцией первой необходимости. Исходя из опыта предыдущих кризисов, рынок всегда довольно быстро восстанавливался.

Приведем несколько рекомендаций для магазинов по продаже авто-товаров во Владивостоке:

1. Использовать финансовые возможности полностью;
2. Использовать возможности реализации, в том числе рекламу, средства стимулирования сбыта расширение каналов сбыта;
3. Повышать уровень компетентности в вопросах использования возможностей аппарата управления.

Список используемой литературы:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ (ред. от 29.12.2022) «О защите конкуренции» // Собрание законодательства РФ. – 31.07.2006. – № 31 (1 ч.). – Ст. 3434.
2. Абаева Н.П. Конкурентоспособность организации / Н.П. Абаева, Т.Г. Старостина. – Ульяновск: УлГТУ, 2019. – 259 с.
3. Бронникова Т.С. Экономика фирмы. Учебное пособие / Т.С. Бронникова. – М.: Теис, 2020. – 222 с.
4. Лисовская И.А. Основы менеджмента. Учебное пособие. / И.А. Лисовская. – М.: Теис, 2018. – 120 с.
5. Марченко Т.И. Уровневое управление конкурентоспособностью предприятия / Т.И. Марченко // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2021. – № 6. – С. – 144-146.
6. Нигай Е.А. Обоснование системного подхода к управлению конкурентоспособностью объектов на микро-, мезо- и макроуровне / Е.А. Нигай, И.В. Попова // Азимут научных исследований: экономика и управление. – 2019. – Т. 8, № 2(27). – С. 268-270. 2
7. Нигай Е.А. Многомерная модель конкурентоспособности организации в условиях трансформации конкурентных отношений: обоснование и принципы построения / Е.А. Нигай // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. – 2022. – № 5. – С. 54-69. 1
8. Нигай Е.А. Обоснование объектных, пространственных и временных границ оценки конкурентоспособности экономических систем с учетом тенденций цифровизации экономики / Е.А. Нигай // Территория новых возможностей. Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. – 2022. – Т. 14, № 3(56). – С. 29-41. 3
9. Тарновский Ф.С. Рынок автотоваров и автозапчастей в Приморском крае: состояние и тенденции развития / Ф.С. Тарновский // Наука и просвещение, 2022. – № 3. – С. 40-43.
10. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. Учебник для вузов / А.Ю. Юданов. – М.: ГНОМ и Д, 2022. – 304 с.
11. Вакансии г.Владивосток // Фарпост. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.farpost.ru/vladivostok/rabota/vacansii> (Дата обращения 24.05.2023).
12. Отзывы // 2 Гис.Владивосток. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://2gis.ru/vladivostok> (Дата обращения 24.05.2023).
13. Рынки товаров и услуг // Федеральная служба государственной статистики. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: <https://www.gks.ru/region/doc1185/IssWWW.exe/Stg/2022/d120/i120050r.htm> (Дата обращения 24.05.2023).
14. Топ лучших интернет-магазинов автозапчастей // Рейтинговое агентство «Марка качества». [Электронный ресурс]. — Режим доступа – URL: <https://markakachestva.ru/best-brands/3192-luchshie-internet-magaziny-avtozapchastej.html> (Дата обращения 24.05.2023).
15. Финансовый анализ // АудитИТ. [Электронный ресурс]. – Режим доступа – URL: https://finmozg.ru/finan_demo/index.html (Дата обращения 24.05.2023).