Научная статья
УДК 656
ББК 65.38
Р 92
DOI: 10.53598 / 2410-3683-2022-3-305-126-135

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УСЛУГ ПОЧТОВОЙ СВЯЗИ

(Рецензирована)

Ольга Александровна Рущицкая[1]
Татьяна Ивановна Кружкова[2]
Алексей Владимирович Ручкин[3]
[1,2,3]Уральский государственный аграрный университет, г. Екатеринбург, Россия
[1]olgaru-arbitr@mail.ru
[2]rustale@yandex.ru
[3]alexeyruchkin87@gmail.com

Аннотация. В современных условиях становления рыночных отношений в России особую актуальность приобретает вопрос повышения конкурентоспособности предприятий, особенно находящихся под контролем государства с целью максимизации прибыли. Цель статьи - на основе анализа спектра услуг и финансового положения оценить конкурентоспособность предприятия на примере АО «Почта России». Задачи: 1. сравнить компании почтовых услуг с учетом доли рынка; 2. оценить широту ассортимента услуг; 3. провести сравнительный анализ конкурентоспособности АО «Почта России». По итогам исследования можно отметить, что диверсификация услуг как прямой деятельности, так и не относящейся к почтовым услугам, влияет на конкурентоспособность АО «Почта России», но необходимо разработать четкую стратегию нивелирования слабых сторон.

Ключевые слова: почтовые услуги, конкурентоспособность, Почта России, диверсификация, широта охвата, опыт работы.

Для цитирования: Рущицкая О.А., Кружкова Т.И., Ручкин А.В. Оценка конкурентоспособности организации услуг почтовой связи // Вестник Адыгейского государственного университета, серия «Экономика». 2022. Вып. 3 (305). С. 126-135. DOI: 10.53598 / 2410-3683-2022-3-305-126-135

Original Research Paper

ASSESSMENT OF THE COMPETITIVENESS OF THE ORGANIZATION OF POSTAL SERVICES

Olga A. Ruschitskaya[1]
Tatyana I. Kruzhkova[2]
Aleksey V. Ruchkin[3]
[1,2,3]Ural State Agrarian University, Yekaterinburg, Russia
[1]olgaru-arbitr@mail.ru
[2]rustale@yandex.ru
[3]alexeyruchkin87@gmail.com

Abstract. In the current conditions of the formation of market relations in Russia, the issue of increasing the competitiveness of enterprises, especially those under state control in order to maximize profits, is of particular relevance. The purpose of the article is to assess the competitiveness of an enterprise based on an analysis of the range of services and financial position using the example of Russian Post. Objectives: 1. compare postal service companies based on market share; 2. evaluate the breadth of the range of services; 3. conduct a comparative analysis of the competitiveness of Russian Post JSC. Based on the results of the study, it can be noted that the diversification of services, both direct activities and non-postal services, affects the competitiveness of Russian Post, but it is necessary to develop a clear strategy for leveling weaknesses.

Keywords: postal services, competitiveness, Russian Post, diversification, breadth of coverage, work experience.

For citation: Ruschitskaya O.A., Kruzhkova T.I., Ruchkin A.V. Assessment of the competitiveness of the organization of postal services // Bulletin of the Adyghe State University, series “Economics”. 2022. No. 3 (305). P. 126-135 (in Russian). DOI: 10.53598 / 2410-3683-2021-4-290-126-135

Введение. Конкурентоспособность предприятия – одна из фундаментальных рыночных категорий, жизненный цикл которой характеризуется изменчивостью и динамичностью [1, с. 104]. Конкурентоспособность предприятия необходимо обеспечивать такими показателями, как высокая эффективность производства, реализуемая благодаря технологическому оборудованию, высококвалифицированным персоналом, а также способностью завоевывать и удерживать устойчивые позиции рынка в течение длительного периода, достигаемого благодаря эффективному интегрированию основных принципов маркетингового управления [2 с. 72]. Конкурентоспособность организации может быть определена как сравнительная характеристика предприятия по сравнению с другими компаний на рынке в том, как успешно она может конкурировать и удерживать свою долю на рынке [3, с. 54].

Результаты исследования. Рынок услуг почтовой связи является одним из наиболее важных сегментов рынка услуг во всем мире. Это объясняется тем, что почта является одним из основных способов обмена информацией и товаров между людьми и компаниями [4]. Конкуренция в этой отрасли имеет свои особенности, и их понимание является ключевым фактором для успешного функционирования компаний, работающих на рынке почтовой связи.

Пересылка и доставка письменной корреспонденции - это универсальные услуги, которые представляют собой естественную монополию из-за высоких постоянных издержек на обеспечение прохода почтальона по маршрутам и постоянного снижения предельных издержек в расчете на письмо. Вследствие этого, конкуренция на этом рынке не может быть стабильной, так как имеется слишком высокий стимул снижения затрат через слияние или поглощение конкурентов, что в конечном итоге приведет к монополизации рынка [5, с. 57].

В настоящее время рынок услуг почтовой связи в России представляет акционерное общество «Почта России» под крылом государства, а также операторы альтернативной доставки почтовых отправлений, которых условно можно разделить на 4 сегмента: международные транснациональные компании экспресс-доставки; российские компании экспресс-доставки, оказывающие услуги по всей территории страны; курьерские компании, обслуживающие город, регион, несколько

регионов; компании автоматических посылочных терминалов (АПТ).

Спрос на услуги почтовой связи в России неоднороден с точки зрения территориального положения. В городах спрос на не универсальные услуги, такие как экспресс-доставка, курьерская доставка, больше, чем в сельской местности. Именно поэтому там нет конкуренции, и «Почта России» остается единственным оператором во многих сельских населенных пунктах.

Основными показателями, используемыми для оценки качества услуг, которые почтовые операторы предоставляют потребителям, могут быть:

– Срок доставки: время, необходимое для доставки.

– Степень сохранности: состояние отправления в момент доставки.

– Качество обслуживания: уровень удовлетворенности клиентов взаимодействием с оператором, включая вежливость персонала, точность информации и общую эффективность процесса обслуживания.

– Надежность: процент случаев, когда отправление было доставлено в срок, а также статистика о потерях или повреждениях отправлений.

– Доступность: доступность услуг оператора и его сети для различных групп клиентов, включая инвалидов и людей с ограниченными возможностями [6, с. 263].

Развитие конкуренции на рынках услуг почтовой связи имеет свои особенности.

Первой особенностью конкуренции в отрасли почтовой связи является наличие государственных монополий на эту деятельность во многих странах. Это означает, что государство контролирует эту отрасль и не допускает других игроков на рынок. В таких условиях конкурировать может только один оператор, что может приводить к снижению качества услуг и повышению цен [7, с. 35]. Однако, многие страны уже открыли рынок почтовой связи для частных компаний, что способствовало увеличению конкуренции в отрасли. Это означает, что государственные монополии должны конкурировать с частными компаниями на равных условиях.

Второй особенностью является цена. Предприятия почтовой связи стараются удерживать своих клиентов с помощью более низких цен и предлагать специальные условия для крупных заказчиков [8, с. 40]. Однако, при этом они также должны балансировать свои затраты на обеспечение качества услуг и инвестиции в технологии. Частные компании смогли добиться снижения тарифов на свои услуги, что привлекло большое число клиентов.

Третьей важной особенностью конкуренции является скорость и надежность доставки. Компании стремятся обеспечить наиболее быструю и надежную доставку для своих клиентов, что в свою очередь влияет на конкуренцию на рынке [9, с. 89].

Еще одним важным аспектом конкуренции в этой сфере является разнообразие услуг. Компании почтовой связи расширяют свою линейку услуг, чтобы привлечь больше клиентов. Например, частные компании начали предлагать новые услуги, такие как доставка пакетов и товаров из интернет-магазинов. Кроме того, почтовые операторы также конкурируют в сфере доставки грузов и товаров. С развитием электронной коммерции и онлайн-торговли, все больше компаний используют услуги почтовой связи для доставки своих товаров [10, с. 181]. Также следует отметить, что на конкуренцию влияют не только другие предприятия почтовой связи, но и современные технологии. С появлением электронных платежных систем, мессенджеров и социальных сетей, многие люди перестали пользоваться услугами традиционной почты. Почтовые операторы вынуждены были адаптироваться к новым условиям и предложить свои собственные электронные сервисы, такие как электронная почта и

онлайн-отслеживание посылок [11, с. 54]. Многие частные компании внедряют новые технологии, такие как автоматические сортировочные центры и дроны для доставки посылок, что улучшает качество и скорость услуг и снижает их стоимость.

Оценка конкурентоспособности АО «Почта России» представляет собой сравнение характеристик организации с аналогичными показателями приоритетных конкурентов с целью определения характеристик, создающих преимущества фирмы перед конкурентами. Для того чтобы провести анализ конкурентной среды АО «Почта России» рассмотрим ближайших конкурентов данного предприятия (таблица 1).

Таблица 1

Основные конкуренты АО «Почта России» [12–14]

Предприятие	Дата создания предприятия	Юридический адрес компании
Почта России	13.02.2003	125252, город Москва, 3-Я Песчаная ул, д. 2а
DPD	31.05.1999	107023, город Москва, Электрозаводская ул., д. 27 стр. 8, эт 4 пом XVI ком 34
BoxBerry	21.10.2014	127015, город Москва, Новодмитровская ул, д. 5а стр. 4, помещ./черд. 1 ком./ч. ком. 3,4,5/14

Определим внешние преимущества сравниваемых организаций и их весовую оценку (таблица 2).

Для выяснения характеристики положения отдельно взятой компании на рынке относительно ее конкурентов вычислим долю рынка. Данный показатель выражается в процентном соотношении объема продаж товаров компании к общему объему продажи на рынке (таблица 3).

Таблица 2

Внешние преимущества и их весовая оценка

Внешние преимущества	Оценка
1. Доля рынка	0,3
2. Широта ассортимента услуг	0,35
3. Количество отделений по всей России	0,35
4. Опыт работы на рынке	0,1

Таблица 3

Исходные данные (выручка) для вычисления доли рынка предприятий [12–14]

Предприятие	Выручка, млн. р.			Доля рынка, %		
	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Почта России	600055,1	211068	217043	97,41	91,42	91,38
DPD	14075,7	18005,1	19621,5	2,28	7,8	8,26
BoxBerry	1905,8	1800,4	864,5	0,31	0,78	0,36

По данным таблицы видно, что Почта России занимает почти всю долю рынка на протяжении исследуемого периода. BoxBerry имеет самый меньший показатель на протяжении трех лет. Рассмотрим наименования оказываемых основных и неосновных услуг Почты России (таблица 4).

Таблица 4

Наименование оказываемых услуг АО «Почта России» [14]

№ п/п	Виды деятельности
1	ОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
1.1	Услуги общедоступной почтовой связи
1.1.1	Письма простые
1.1.2	Почтовые карточки простые
1.1.3	Бандероли простые
1.1.4	Письма заказные
1.1.5	Почтовые карточки заказные
1.1.6	Бандероли заказные
1.1.7	Письма с объявленной ценностью
1.1.8	Бандероли с объявленной ценностью
1.2	Прочие услуги почтовой связи
1.2.1	Посылки, включая контейнеры
1.2.2	Отправления ускоренной почты «Отправления 1 класса»
1.2.3	Отправления экспресс-почты (EMS)
1.2.4	Международная письменная корреспонденция
1.2.5	Мешки «М»
1.2.6	Почтовые денежные переводы
1.3	Универсальные услуги связи (УУС ПКД)
1.4	Прочие услуги по основным видам деятельности
1.4.1	Отправления от посылторговых организаций
1.4.2	Доставка счетов, квитанций
1.4.3	Прочие услуги по основной деятельности
2	НЕОСНОВНЫЕ ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
2.1	Доставка и выдача пенсий, пособий и других социальных выплат
2.2	Приём платежей
2.3	Приём заказов на подписку и доставку газет и журналов
2.4	Прочие неосновные виды деятельности

Почта России – федеральный почтовый оператор, входит в перечень стратегических предприятий РФ. Предприятие включает в себя 38 тысяч отделений по всей стране и объединяет один из самых больших трудовых коллективов в стране – около 311 тысяч почтовых работников. Рассмотрим оказываемые услуги компании DPD (таблица 5).

Таблица 5

Наименование оказываемых услуг DPD [13]

№ п/п	Виды деятельности
1.	Доставка по России
1.1	DPD EXPRESS самая быстрая доставка документов и небольших посылок. 1.Доставки на следующий день в основные города РФ. 2.Приоритетный статус - отправка происходит в первую очередь.
1.2	DPD CLASSIC быстрая доставка легких и средних посылок Классическая курьерская доставка любых отправлений
1.3	DPD ONLINE EXPRESS быстрая доставка легких и средних посылок для интернет-магазинов. Более 4000 пунктов приема и выдачи Pickup. Или доставка до двери покупателя.
1.4	DPD 18:00 высокая точность сроков доставки. 1.Три точных интервала доставки на выбор: до 12:00; 15:00 и 18:00. 2.Наземная доставка с гарантией соблюдения сроков.
1.5	DPD OPTIMUM оптимальная скорость и цена, для доставки любых посылок. 1.Легкая интеграция с IT-системой клиента, всего за 15 минут. 2.Удобная тарификация за отправление - стоимость всегда под контролем.
1.6	DPD ECONOMY самая выгодная доставка по России. Доставка крупногабаритных посылок, до 10 м3.
2.	Международная доставка
2.1	DPD CLASSIC INTERNATIONAL быстрая доставка международных посылок. Надежная доставка по сети DPD - 206 стран по всему миру.
2.2	Специальные услуги: 1. Таможенное оформление 2.Импорт / Экспорт / Перевозки между третьими странами

DPD осуществляет доставку грузов и посылок в 35 000 городов и населенных пунктов России, Казахстана, Беларуси, Кыргызстана, Армении, а также по 200 странам мира. Более 5000 квалифицированных сотрудников обеспечивают высокое качество оказываемых услуг.

Рассмотрим ассортимент оказываемых услуг компанией BoxBerry (таблица 6).

Boxberry с 2010 года доставляет во все регионы России товары интернет-магазинов и других компаний дистанционной торговли. В 2011 году было запущено международное направление: уже тогда компания стала не только оказывать транспортные услуги, но и заниматься таможенным оформлением.

С 2014 года в отделениях Boxberry можно отправлять посылки во все регионы России. Организация активно расширяет географию работы: летом 2020 года запущена доставка в СНГ, а в начале 2021 года — сервис для экспорта товаров в западные страны.

По широте ассортимента можно сказать, что Почта России в некоторых моментах уступает (таможенное оформление, складирование для интернет-магазинов), а в некоторых выиграет своих конкурентов (торговля продовольственными товарами).

Далее сравним количество охватываемых городов России и филиалов в г. Екатеринбург (таблица 7).

Таблица 6

Наименование оказываемых услуг BoxBerry [14]

№ п/п	Виды деятельности
1	Доставка
1.1	Доставка по России
1.2	Доставка в страны СНГ
1.3	Доставка с Авито, Юлы, Вконтакте, Ярмарки Мастеров
1.4	Доставка растений из интернет-магазинов
2	Международная доставка
2.1	Доставка в США, Европу и другие страны мира
2.2	Доставка в страны СНГ
2.3	Посылки из Казахстана
2.4	Доставка из зарубежных магазинов
2.5	Доставка посылок из США, ЕС и Турции
2.6	Возврат товаров в магазин ASOS

Таблица 7

Количество отделений по всей России [12-14]

Предприятие	Отделений по всей России
Почта России	≈ 38000
DPD	≈ 2500
BoxBerry	≈ 4200

АО «Почта России» лидирует по количеству отделений по всей России. Посчитаем полученные результаты оценки конкурентоспособности АО «Почта России» (таблица 8).

Анализ таблицы показывает преимущество предприятия «Почта России», «DPD» отстает на 1,7 балла, средний показатель у «BoxBerry» – 1,9. «Почта России» занимает первое место по количеству баллов. Наибольший балл набрала Почта России в количестве 3,5. Главные преимущества АО «Почта России» – доля рынка, ассортимент услуг и количество отделений. Второе место занимает BoxBerry с 1.9 баллами, не имея ни одного главного преимущества. Третье место занимает DPD с 1.8 баллами, забирая преимущество опыт работы. Таким образом, исходя из анализа конкурентоспособности АО «Почта России» можно сделать следующие выводы: главные преимущества АО «Почта России» - доля рынка, ассортимент услуг и количество отделений, опыт работы АО «Почта России» велик, но есть конкуренты, имеющие больший опыт.

Таблица 8

Сравнительная оценка АО «Почта России» и ее конкурентов

Показатель 1– очень слабая позиция 3 – очень сильная позиция	Вес	Почта России	DPD	BoxBerry
1. Доля рынка	0,4	3/1,2	2/0,8	1/0,4
2. Широта ассортимента услуг	0,35	3/1,05	1/0,35	2/0,7
3. Количество отделений по всей России	0,35	3/1,05	1/0,35	2/0,7
4. Опыт работы на рынке	0,1	2/0,2	3/0,3	1/0,1
Сумма весов	1,0	-	-	-
Общий рейтинг	-	3,5	1,8	1,9

Выводы. По итогам анализа финансово-экономической деятельности и конкурентоспособности АО «Почта России» далеко отрывается вперед от своих конкурентов. Расширение спектра услуг, предлагаемых АО «Почта России», может быть способом повышения эффективности по нескольким причинам:

1. диверсификация: предлагая более широкий спектр услуг, организация может привлечь большую клиентскую базу и снизить зависимость от какого-либо одного конкретного продукта или услуги. Это может помочь снизить риск потери выручки в случае изменения рыночного спроса;

2. повышение удовлетворенности клиентов: предоставление широкого спектра услуг может повысить удовлетворенность клиентов за счет удовлетворения их разнообразных потребностей. Это может привести к повышению лояльности клиентов;

3. повышение конкурентоспособности: предложение широкого спектра услуг может помочь организации отличиться от своих конкурентов и создать конкурентное преимущество;

4. увеличение выручки: увеличение клиентской базы и повышение удовлетворенности клиентов, которые являются результатом расширения спектра услуг, могут способствовать увеличению выручки и общему росту организации.

Примечания:

1. Мовсаров Р.Д., Джабраилов Х.В. Конкурентоспособность предприятия // Наука и образование сегодня. 2019. № 1 (24). С. 104-105.

2. Данина Д.В., Климова Н.В. Конкурентоспособность предприятия: сущность и методы оценки // Экономика и бизнес: теория и практика. 2021. № 11-2. С. 71-73.

3. Хусаинова Е.А., Карпова Е.И., Сергеева Д.С. Повышение конкурентоспособности предприятия // Научные исследования. 2019. № 3 (29). С. 54-55.

4. О почтовой связи: Федеральный закон от 17.07.1999 N 176-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6719/ (дата обращения 20.05.2022).

5. Замураева Л.Е., Гилязова Л.А. Современное состояние рынка услуг почтовой связи России // Основы ЭУП. 2019. № 2 (14). С. 57-61.

6. Пушкарева А.П. Оценка качества обслуживания клиентов на предприятиях почтовой связи с применением моделей массового обслуживания // Вестник ИрГТУ. 2020. № 7 (47). С. 262-265.

7. Максимова М.А., Суфиянова Е.С. Закупка услуг общедоступной почтовой связи как услуг, относящихся к сфере деятельности естественных монополий // Башкирский государственный университет. 2019. № 1 (1). С. 33-39.

8. Мухадиева К.С. Экономическое развитие почтовой отрасли и факторы ее производства // Научные исследования. 2019. № 5 (24). С. 40-43.

9. Домакур О.В., Романова Е.С., Доценко С.С. Методика оценки качества услуг почтовой связи // Учреждение образования «Белорусская государственная академия связи». 2019. № 1 (7). С. 87-95.

10. Анализ и оценка качества услуг на примере Почты России и разработка мероприятий по их улучшению / Ж.В. Горностаева, Ю.В. Сорокина, А.С. Красковская, Е.О. Бормотова // Science Time. 2019. № 4 (16). С. 180-192.

11. Горелова Г.В., Захарова Е.Н. Когнитивные сценарии развития рынка почтовых услуг // Сборник научных трудов XXIV Международной научной и учебно-практической конференции: в 3 ч. / под общ. ред. Г.В. Гореловой, А.В. Логиновой. СПб., 2020. С. 53-64.

12. BoxBerry: официальный сайт. URL: https://boxberry.ru/ (дата обращения 17.06.2022).

13. DPD: официальный сайт. URL: https://www.dpd.ru/ (дата обращения 17.06.2022).

14. Почта России: официальный сайт. URL: https://www.pochta.ru (дата обращения 17.06.2022).

References:

1. Movsarov R.D., Dzhabrailov H.V. Competitiveness of the enterprise // Science and education today. 2019. No. 1 (24). Pp. 104-105.

2. Danina D.V., Klimova N.V. Competitiveness of the enterprise: the essence and methods of evaluation // Economics and Business: theory and practice. 2021. No. 11-2. Pp. 71-73.

3. Khusainova E.A., Karpova E.I., Sergeeva D.S. Improving the competitiveness of the enterprise // Scientific research. 2019. No. 3 (29). Pp. 54-55.

4. On Postal Communications: Federal Law No. 176-FZ of 17.07.1999. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6719 / (accessed: 20.05.2022).

5. Zamuraeva L.E., Gilyazova L.A. The current state of the Russian postal communication services market // Fundamentals of EUP. 2019. No. 2 (14). Pp. 57-61.

6. Pushkareva A.P. Evaluation of the quality of customer service at postal communication enterprises using queuing models // Bulletin of IrSTU. 2020. No. 7 (47). Pp. 262-265.

7. Maksimova M.A., Sufiyanova E.S. Procurement of public postal services as services related to the sphere of activity of natural monopolies // Bashkir State University. 2019. No. 1 (1). Pp. 33-39.

8. Mukhadieva K.S. Economic development of the postal industry and factors of its production // Scientific research. 2019. No. 5 (24). Pp. 40-43.

9. Domakur O.V., Romanova E.S., Dotsenko S.S. Methodology for assessing the quality of postal communication services // Educational institution «Belarusian State Academy of Communications». 2019. No. 1 (7). Pp. 87-95.

10. Analysis and evaluation of the quality of services on the example of the Russian Post and the development of measures to improve them / Zh.V. Gornostaeva, Yu.V. Sorokina, A.S. Kraskovskaya, E.O. Bormotova // Science Time. 2019. No. 4 (16). Pp. 180-192.

11. Gorelova G.V., Zakharova E.N. Cognitive scenarios of the development of the postal services market // Collection of scientific papers of the XXIV International scientific and educational-practical conference: in 3 parts / under the general editorship of G.V. Gorelova, A.V. Loginova. SPb., 2020. Pp. 53-64.

12. BoxBerry: official website. URL: https://boxberry.ru / (accessed: 17.06.2022).

13. DPD: official website. URL: https://www.dpd.ru / (accessed: 17.06.2022).

14. Russian Post: official website. URL: https://www.pochta.ru (accessed: 17.06.2022).

Конфликт интересов: авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 06.07.2022; одобрена после рецензирования 13.07.2022; принята к публикации 20.07.2022.

The authors declare no conflicts of interests.

The paper was submitted 06.07.2022; approved after reviewing 13.07.2022; accepted for publication 20.07.2022.

© О.А. Рущицкая, Т.И. Кружкова, А.В. Ручкин