

ЛИТЕРАТУРА

1. Положение об отделе перевозок и маркетинга грузового транспорта филиала «АТП № 6 г.Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс». – Новополоцк, 2013.
2. Положение об отделе перевозок и маркетинга пассажирского транспорта филиала «АТП № 6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс». – Новополоцк, 2013.
3. Положение об отделе экономики и финансов ОАО филиала «АТП № 6 г. Новополоцка» ОАО «Витебскоблавтотранс». – Новополоцк, 2013.

УДК 656.078.89

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

А.В. ШУМАНОВИЧ

(Представлено: канд. техн. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Одна из важнейших составляющих роста экономики страны – стабилизация и развитие производства и услуг во всех отраслях экономики, во всех организациях, в бизнесе разных уровней и во всех сферах предпринимательской деятельности. В качестве движущей силы здесь выступает конкуренция, которая интегрирует как запросы потребителей, так и способность производителя обеспечить производство конкурентоспособной продукции и предоставление конкурентоспособных услуг.

Формирование потенциальной возможности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта к конкурентной борьбе и достижению эффективных результатов в данных условиях осложняется в связи с необходимостью постоянного приспособления к изменяющимся условиям, что требует поиска научно-обоснованной концепции конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта. Разработка такой концепции обуславливает необходимость глубокого теоретического исследования, как самих автотранспортных услуг, так и влияния системы научных значений конкурентоспособности (сил, факторов, сущности, конкурентных отношений, стратегии и т.д.) на процесс ее формирования и совершенствования.

С развитием рыночных отношений теоретические понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» требуют уточнения применительно к услугам автомобильного транспорта, так как теория, отражающая исследовательскую сферу, должна иметь собственный понятийно-категориальный аппарат, а ее структура обусловлена специфическими особенностями конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, являющиеся предметом рассмотрения. Эти специфические особенности заключаются в том, что автотранспортная деятельность представляет собой многообразие работ и услуг, связанных не только с организацией перевозок грузов и пассажиров, выполнением транспортно-экспедиционных услуг, техническими воздействиями на подвижной состав, обеспечивающие его безопасную работоспособность, но и степени соответствия улично-дорожной сети потребительским свойствам: непрерывности, оптимальной скорости, пропускной способности, возможности передвижения транспортных средств с допустимыми параметрами в любое время года и в любых погодных условиях.

Анализируя специфические особенности конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта можно предположить, что они охватывают обширную область научного познания, т.е. их можно рассматривать как совокупность взаимосвязанных компонентов или как систему.

Отметим, что в основе системного подхода лежит рассмотрение каждой компоненты конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, их функции и взаимодействие. Исследование системной модели конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта нами реализуется на основе частной методологии [1, с. 67].

Конкуренция создает предпосылки для развития автотранспортных услуг, расширения сферы их применения в рыночных условиях, а также стимулирует переход на эффективные технологические перевозочного процесса и способствует снижению цен и тарифов.

Выделим определяющие признаки конкуренции услуг автомобильного транспорта:

- наличие конкурентных преимуществ услуг автомобильного транспорта посредством рыночного сопоставления в развитии конкуренции;
- категориальный характер, т.е. совокупность конкурентов разных категорий: индивидуальных, предприятий, отраслевых, межотраслевых (национальных);
- сочетание многообразия и открытости конкурентных услуг автомобильного транспорта в условиях насыщенного и дифференцированного рынка;

– преобладание взаимной выгоды субъектов автомобильного транспорта, предоставляющих автотранспортные услуги, с частью внешнего окружения, и наличия у них абсолютного и относительного делового суверенитета;

– превращение соперничества между конкурирующими субъектами автомобильного транспорта в одну из двух противоположных, но дополняющих друг друга тенденций развития: конкуренции и интеграции.

Ни один хозяйствующий субъект автомобильного транспорта (индивидуальный предприниматель, автотранспортное предприятие) не может достичь превосходства над конкурентами по всем характеристикам предоставляемых услуг и средствам его продвижения на рынке этих услуг.

Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта. На рынке автотранспортных услуг стратегия конкуренции должна быть направлена на обеспечение преимуществ над конкурентами в долгосрочной перспективе.

С целью выявления причин изменения будущих позиций конкурентов, характерных черт их внутренней и внешней среды, а также концентрации внимания на их потенциальных возможностях и улучшения своего положения на рынке автотранспортных услуг, проведем конкурентный анализ. Конкурентный анализ включает два основных этапа:

– определение главных конкурентных сил в отрасли, с целью идентификации благоприятных возможностей и опасностей, с которыми может столкнуться хозяйствующий субъект автомобильного транспорта в отрасли;

– формулирование основных вариантов конкурентных стратегий, которые содействуют ценовому лидерству, фокусированию на рыночных нишах, дифференциации по качеству, технологии, диапазону автотранспортных услуг.

Здесь уместно привести определение конкуренции, данное М. Портером [3], которая, по его мнению, должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса ее изменения. Он объединил силы, определяющие конкурентный климат в любой отрасли экономики, в пять групп:

- 1) угроза появления новых конкурентов;
- 2) угроза появления товаров заменителей;
- 3) способность поставщиков;
- 4) способность потребителей;
- 5) соперничество уже имеющихся конкурентов между собой.

Уровень конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта определим следующими факторами:

- превосходством в качестве;
- ценой потребления;
- уровнем обслуживания;
- инновационной активностью;
- потенциалом развития предоставляемых автотранспортных услуг [3, с. 102].

Сделаем вывод, что влиятельным фактором конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта является высокое качество услуг при достаточно низкой цене. Конкурентоспособность автотранспортных услуг в полной мере определяется внутренними и внешними факторами хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта.

Внутренние факторы определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации к вызовам и угрозам внешней среды. К факторам внутренней среды следует отнести: наличие производственно-финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, стратегию развития, ценовую политику, квалификацию персонала, мотивацию и стимулирование работников, использование информационных ресурсов. Внутренние факторы – это возможности хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта по обеспечению собственной конкурентоспособности.

Факторы внешней среды отражают совокупность тех условий, к которым адаптируется хозяйствующий субъект автомобильного транспорта. К факторам внешней среды, влияющих на конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта, отнесем: государственно-экономические, научно-технические, правовые факторы, факторы природной среды, стратегию конкурентов, развитие инфраструктуры рынка автотранспортных услуг [2, с. 6].

Рассмотренные факторы представляют собой систему, обеспечивающую конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта. Значение каждого отдельного фактора различно в зависимости от рынка автотранспортных услуг, характера конкуренции, стадии жизненного цикла услуг и других аспектов. Отметим наличие определенного синергетического эффекта взаимовлияния рассматриваемых факторов конкурентоспособности автотранспортных услуг.

Авторский подход к выявлению и классификации факторов, определяющих конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта, основан на предположениях, при которых, анализируя факторы, мы можем выявить сильные и слабые стороны в деятельности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта и в работе конкурентов. Это позволяет, с одной стороны, избежать наиболее острых форм конкуренции, а, с другой, использовать свои преимущества и слабости конкурента.

Данный подход способствует разработке мер и средств, за счет которых хозяйствующий субъект автомобильного транспорта мог бы повысить конкурентоспособность предоставляемых услуг и обеспечить свой успех, изменить свою долю в предоставлении автотранспортных услуг на соответствующем рынке, а также удовлетворить потребности потребителей автотранспортных услуг.

В общем виде, теоретическое познание конкурентоспособности автотранспортных услуг, проводится в соответствии с предполагаемыми требованиями социально-экономического развития, экологической безопасности, эргономики, эстетики, а также специфической роли автотранспортной деятельности. Наличие взаимосвязанной и взаимодополняющей инфраструктуры обостряет проблемы и актуальность конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта. Специфическая особенность автотранспортной деятельности характеризуется тем, что она целиком и полностью зависит от степени соответствия автомобильных дорог потребительским свойствам автомобильного транспорта. На наш взгляд, конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта обеспечивается созданием, совершенствованием, развитием, эффективным использованием автомобильных дорог, относящихся к общим факторам. Одним из важнейших и основных факторов обеспечения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта является конкурентная среда, которая отождествляется с ее маркетинговой средой, включающей совокупность всех инфраструктурных субъектов рынка автотранспортных услуг, влияющих на отношения между производителем автотранспортных услуг и потребителем этих услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Гаджинский, А.М. / Логистика : учеб. / А.М. Гаджинский. – 20-е изд. – М., 2012. – 484 с.
2. Пименов, В. Формирование конкурентной стратегии предприятия / В. Пименов, В. Березин // Стандарты и качество. – 2002. – № 6. – С. 5–7.
3. Портер, М. Конкуренция : учеб. пособие / М. Портер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2005. – 608 с.

УДК 658.7.011.1

СПЕЦИФИКА ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА К УПРАВЛЕНИЮ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ В ОРГАНИЗАЦИИ

А.В. ШУМАНОВИЧ

(Представлено: канд. техн. наук, доц. М.Ж. БАНЗЕКУЛИВАХО)

Одна из важнейших составляющих роста экономики страны – стабилизация и развитие производства и услуг во всех отраслях экономики, во всех организациях, в бизнесе разных уровней и во всех сферах предпринимательской деятельности. В качестве движущей силы здесь выступает конкуренция, которая интегрирует как запросы потребителей, так и способность производителя обеспечить производство конкурентоспособной продукции и предоставление конкурентоспособных услуг.

Традиционные методы и способы повышения эффективности и совершенствования управления в целях оптимизации движения материальных потоков в значительной степени себя исчерпали и нужны новые формы, способные обеспечить его дальнейшее развитие.

В настоящее время в научной литературе все чаще стало встречаться понятие «логистика». Это связано с возможностью сокращения за счет логистического подхода временных и материальных расходов по хранению, транспортировке и упаковке конечного продукта [3, с. 10].

Традиционный подход к управлению запасами рассматривал запас как локальное явление. Если пользоваться терминологией логистики, то традиционный подход замыкался на отдельном звене логистической системы, игнорировал взаимодействие звеньев на всем пути движения материального потока. Традиционный подход включает следующие шаги:

1. Определение характеристик потребления позволяет оценить характеристики потребления в будущем периоде. При отсутствии налаженной аналитической работы по потребителям запаса можно использовать стандартный пакет обработки статистических рядов в EXCEL.