

УДК 656.078.89.

## ПОДХОД К ОЦЕНКЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦИАЛА АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Кадыров Т.У.

*Ташкентский автомобильно-дорожный институт, Ташкент, e-mail: tu\_kadirob@bk.ru*

Рассматривается концепция конкурентного потенциала предприятий основанная на наиболее рациональном использовании ресурсного потенциала, провозной способности автопредприятия и соответственно получении наибольшего дохода. Актуализуется необходимость оценки использования конкурентного потенциала предприятия, как возможность сохранения и расширения его доли на определенном сегменте рынка за счет эффективного использования всевозможных ресурсов. Предлагается методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия с применением индекса использования конкурентного потенциала, где в качестве структурных составляющих конкурентного потенциала выступают возможный объем привлечения ресурсов, оказания транспортных услуг и создания валовой добавленной стоимости.

**Ключевые слова:** автомобильный транспорт, конкурентный потенциал, уровень конкурентоспособности, индекс использования конкурентного потенциала

## THE APPROACH OF EVALUATION TO USE OF COMPETITIVE POTENTIAL OF AUTOMOBILE TRANSPORT ENTERPRISES

Kadirov T.U.

*Tashkent Automobile and Road Institute, Tashkent, e-mail: tu\_kadirob@bk.ru*

The concept of the competitive capacity of enterprises based on the most rational use of resource potential carrying capacity of automobile transport enterprise and to get the most income. Actualized the need to evaluate the use of the competitive potential of the enterprise as an opportunity to maintain and expand its share in a particular market segment through the effective use of all resources. The methods of assessing the level of competitiveness of the enterprise with the use of an index using the competitive potential, where the structural components are the competitive potential of the possible amount of leveraging resources, the provision of transport services and the creation of gross value added.

**Keywords:** road transport, competitive potential, the level of competitiveness, the index of using the competitive potential

На современном этапе конкуренция является ключевым фактором социально-экономического развития, движущей силой эффективного использования ресурсов, повышения качества товаров и услуг, а также уровня жизни населения. Это обуславливает ведение эффективной конкурентной политики на макро- и микро уровне, а также необходимость внедрения новых подходов управления и использования эффективных механизмов повышения конкурентоспособности предприятий.

Одной из быстроразвивающихся и важных для Узбекистана отраслей экономики является транспорт. Безусловно, его развитие способствует экономическому взаимодействию производственных отраслей и социальной сферы, а также становлению и развитию новых направлений экономики.

В настоящее время более 11% валового внутреннего продукта, 15% основных производственных фондов страны, 4% из общего числа занятых в экономике Узбекистана приходится на долю транспорта. Автомобильный транспорт является важной структурной единицей транспортной системы, на долю которого приходится более 90% общего объема грузоперевозок и 97% перевозки пассажиров. Следует отметить,

что положительные сдвиги в развитии отрасли, в основном, достигнуты за счет максимального использования старых мощностей, основная часть которых физически и морально устарела.

Автомобильный транспорт в силу своей мобильности, универсальности, гибкости способен объединить все виды транспорта в единую сеть. Стимулирование развития автомобильного транспорта, как основной составляющей транспортной системы, является одним из главных приоритетов роста экономического потенциала, так как от конкурентоспособности предоставляемых автотранспортных услуг в полной мере зависит себестоимость товаров и услуг, производительность труда, конкурентоспособность других отраслей экономики страны.

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 [6].

Изучение факторов эффективности функционирования автомобильного транспорта позволяет сделать вывод о недостаточной методологической проработанности вопросов повышения конкурентоспособности отрасли.

Основные проблемы повышения конкурентоспособности автомобильного транспорта как и в других сферах производственной инфраструктуры, заключаются в следующем [10]:

- отсутствие научно обоснованной концепции, определяющей направления формирования эффективного организационно-экономического механизма создания благоприятной рыночной среды на рынке автотранспортных услуг, с учетом отраслевой специфики;

- недостаточный уровень разработки методов и моделей, отражающих процессы конкуренции на этом рынке, в целях исследования и управления этими процессами;

- несовершенство методов оценки конкурентоспособности транспортных операторов;

- несовершенство системы управления процессами обеспечения, удержания и наращивания конкурентного преимущества в деятельности автотранспортных компаний;

- ослабление производственно-экономического потенциала в силу несовершенства механизма воспроизводства основных средств, ограничивающего возможности обновления и модернизации материально-технической базы автотранспортных предприятий, прежде всего активной части основных фондов – подвижного состава.

Такой вывод обусловлен ключевым значением эффективного использования ресурсного фактора как непосредственно для процесса транспортного производства так и для процессов управления им, формирования эффективной политики стимулирования развития транспорта на республиканском и региональном уровнях.

Понятие «конкурентоспособность» как одна из самых известных и фундаментальных экономических категорий достаточно широко исследуется учеными и специалистами, применительно к товарам и услугам, отраслям экономики, сферам человеческой жизни.

Конкурентоспособность (competitive-ness) – в широком смысле означает наличие сильных, устойчивых позиций на рынке и умение сохранять и упрочнять свои позиции. Анализ опубликованных работ по управлению инвестиционными проектами, методологическим аспектам повышения

конкурентоспособности строительных компаний показывает, что устоявшегося определения конкурентоспособности как экономической категории еще нет [5, с. 164]. Многообразие понятийного аппарата, методов исследования косвенно показывает сложность категории «конкурентоспособность предприятия» [9]. Конкурентоспособность предприятия – это один из основных критериев оценки эффективности его деятельности и развития. В самом широком смысле её можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов [3]. И здесь особенное значение приобретают социальные элементы внешней среды: исторические традиции, присущие территориальному образованию, в границах которого концентрируется целевой сегмент потребителей, этические нормы, тип общественного устройства, мировоззрения и нравственные устои [4, с. 53].

Несмотря на достаточно широкое освещение в научных трудах понятия «конкурентоспособности», наименее проработанной остается его базовая составляющая – «конкурентный потенциал». Под потенциалом как экономической категорией, применительно к деятельности хозяйствующих субъектов экономики (коммерческих организаций) понимаются средства, ресурсы, скрытые и нереализованные резервы, возможности и способности хозяйствующего субъекта обеспечивать цели экономического роста и социально-экономического развития, включая возможности повышения уровня конкурентоспособности и развития самой системы управления [7, с. 27].

В условиях ведения конкурентной борьбы любое предприятие для успешного функционирования на рынке и оценки своих перспектив на будущее должно знать свой потенциал конкурентоспособности. Располагая объективной информацией о конкурентном потенциале и степени его использования, предприятия получают возможность определить свои преимущества и узкие места, выбрать правильную конкурентную стратегию, адекватную реалиям рыночных процессов. Конкурентный потенциал включает в себя совокупность располагаемых природных, материальных, трудовых, финансовых и нематериальных ресурсов и возможности объектов и/или субъектов хозяйствования, позволяющие им получать конкурентные преимущества перед другими участниками рынка [1]. К числу дополнительных методов можно отнести

конкуренцию, основанную на укреплении имиджа и общественном признании компании производителя. Конкурируя на основе имиджа, являющегося самостоятельной социально-психологической характеристикой, компания концентрирует внимание на социальных (а точнее – социально-духовных) компонентах, на основе которых строится программа формирования общественного мнения по отношению к организации, ее склонности и стремлению к решению общественных задач, предпринимательской этике и общей культуре [4, с. 53–54].

Наличие возможных потенциальных конкурентных преимуществ, обуславливает предприятия эффективно использовать их в конкурентной борьбе.

Конкурентоспособность предприятий – категория количественно измеримая, требующая применения различных экономико-математических методов, которые с большей точностью должны отразить су-

ществующее состояние и дать достоверный прогноз развития на перспективу.

Уровень конкурентоспособности, как относительный показатель, прежде всего должен отражать возможность использования конкурентного потенциала предприятия, для дальнейшего определения основных направлений конкурентной стратегии предприятия. Если конкурентоспособность – это потенциал, конкурентные преимущества – уровень использования данного потенциала. Отсюда истекает что, уровень конкурентоспособности предприятия формируется на основе конкурентного потенциала и не может быть выше него. Если в определенной конкурентной среде, при полном использовании конкурентного потенциала, предприятие не обладает достаточными конкурентными преимуществами от конкурентов, то прежде всего следует разработать мероприятия по повышению конкурентного потенциала и его реализации (рис. 1).

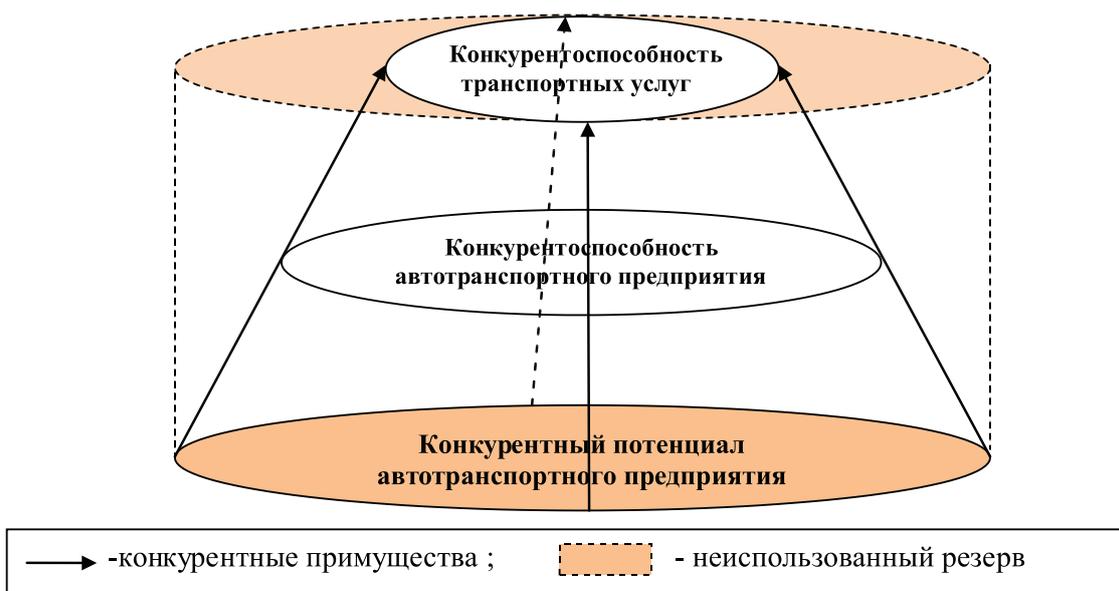


Рис. 1. Формирование конкурентоспособности на основе конкурентного потенциала

Определением конкурентных преимуществ обнаруживаются и резервы конкурентоспособности, как неиспользованные возможности конкурентного потенциала предприятия. Всю совокупность этих резервов можно представить в виде:

- пропущенной выгоды, обусловленной нерациональным использованием ресурсного потенциала;
- благоприятных условий внешней конкурентной среды;
- повсеместного новаторства [2];

– эффективных способов управления, включая и управление информацией формирующей факторы конкурентоспособности [8].

В условиях жесткой конкуренции необходимо производить постоянный мониторинг за использованием конкурентного потенциала, принимать превентивные меры по превращению его в дополнительное искусственное конкурентное преимущество.

Таким образом, конкурентный потенциал предприятия характеризует не только

способность предприятия устоять в конкурентной борьбе, но возможность сохранения и расширения его доли на определенном сегменте рынка за счет эффективного использования всевозможных ресурсов. Формирование конкурентного потенциала предполагает охват всех основных внутрифирменных процессов, протекающих в различных функциональных областях его внутренней среды в сопоставлении с основными конкурентами. В результате обеспечивается системный взгляд на предприятие, который позволяет выявить все сильные и слабые стороны, а также разработать на этой основе комплексную методику оценки возможностей долгосрочного перспективного развития предприятия [1].

Общеизвестно что основной задачей любого предприятия, как производственной системы, является –переработка поступающих ресурсов в конечную продукцию, т.е. в товары или услуги, в целях удовлетворения конкретных потребностей потребителей.

Автомобильный транспорт имеет свою специфику и существенно отличается от сферы материального производства по целому ряду характеристик, которые необходимо учесть при выборе конкурентной стратегии. Для производителей промышленной продукции наличие современных

производственных оборудований и технологий существенно определяет уровень конкурентоспособности предприятия, в отличие от них для автотранспортных предприятий характеристика парка (списочное количество подвижного состава, новые автомобили) не всегда определяет его. Если большая часть клиентуры в районе тяготения автотранспортного предприятия нуждается в доставке мелкопартийных грузов, более конкурентоспособным окажется предприятие, использующее малотоннажные автомобили, где основными критериями конкурентоспособности выступают – лидерство по затратам на перевозку; надежность, безопасность и гарантированное время доставки груза; индивидуализация оказания транспортных услуг по требованиям клиентов.

Возможность автотранспортного предприятия оказать транспортные услуги лучшего качества, чем его конкуренты, позволяет предприятию привлекать и сохранять клиентов, получить наибольшие доходы. Отсюда концепция конкурентного потенциала основывается на наиболее рациональном использовании ресурсного потенциала, провозной способности автопредприятия и соответственно получении наибольшей финансовой выгоды.

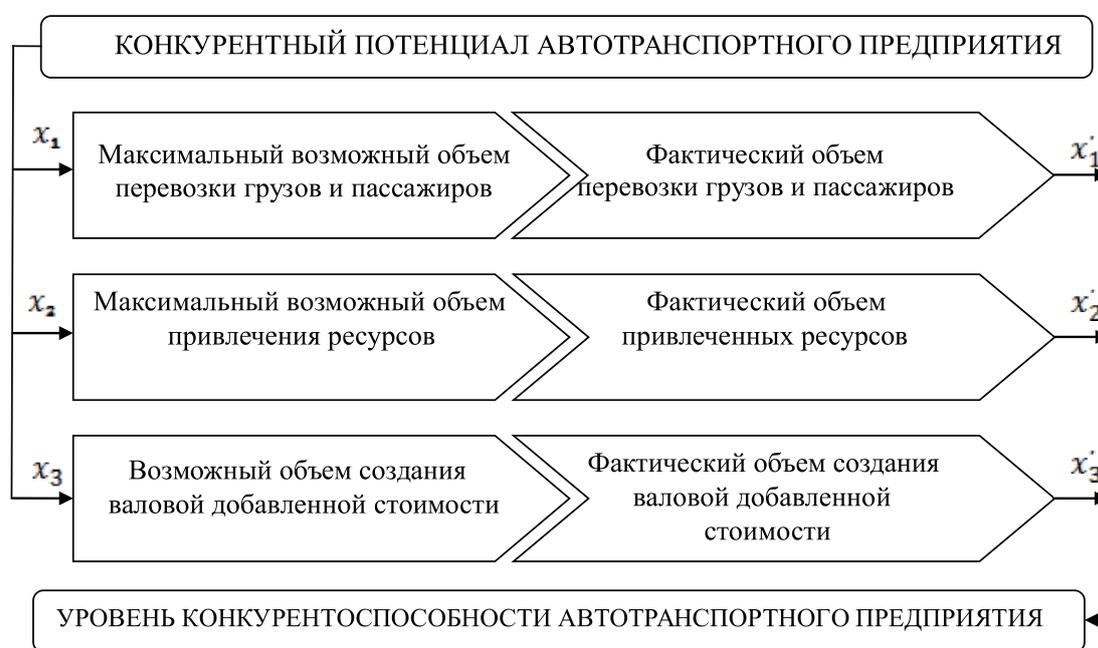


Рис. 2. Взаимосвязь конкурентного потенциала и уровня конкурентоспособности предприятия

Предлагается методика оценки уровня конкурентоспособности предприятия, с применением индекса использо-

вания конкурентного потенциала (рис. 2), где в качестве структурных составляющих конкурентного потенциала выбраны

взаимосвязанные локальные потенциалы, как возможный объем привлечения ресурсов, оказания транспортных услуг и создания валовой добавленной стоимости.

$$I_{ukn} = \sum_{i=0}^n a_i \frac{x_i}{x_i}, \quad (1)$$

где  $I_{ukn}$  – индекс использования конкурентного потенциала;  $x_i$  – локальный конкурентный потенциал;  $x_i$  – уровень использования локального конкурентного потенциала;  $a_i$  – весомость локального конкурентного потенциала –  $\sum a_i$ , определяется экспертным методом.

На основе полученных значений  $I_{ukn}$  можно оперативно определить положение предприятия на отраслевом рынке, выработать наиболее эффективные стратегические решения по развитию предприятия в зависимости от уровня его конкурентоспособности в целом и отдельных ее составляющих, наилучшим способом использовать сильные стороны предприятия.

#### Список литературы

1. Аренков И.А. Конкурентный потенциал предприятия: модель и стратегии развития / И.А. Аренков,

Я.Ю. Салихова, М.А. Гаврилова // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 4.

2. Асаул А.Н. Формирование и реализация стратегии развития макрорегионального комплекса наука-образование-инновации // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2012. – № 10. – С. 81–88.

3. Мансурова Н.А. Алгоритм оценки конкурентоспособности продукции / Н.А. Мансурова, Е.В. Клюева // Экономические исследования. – 2010. – № 1.

4. Организация предпринимательской деятельности: учебник / А.Н. Асаул. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2009. – 336 с.

5. Оценка конкурентных позиций субъектов предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул, Х.С. Абаев, Д.А. Гордеев. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2007. – 271 с.

6. Пеньшин Н.В. Конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта в условиях пост-кризисной модернизации экономики России. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010. – 156 с.

7. Производственно-экономический потенциал и деловая активность субъектов предпринимательской деятельности / А.Н. Асаул и др. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2011. – 312 с.

8. Создание знания и информационной инфраструктуры субъектов предпринимательства / А.Н. Асаул и др. – СПб.: АНО ИПЭВ, 2010. – 254 с.

9. Фасхиев Х.А. Определение конкурентоспособности предприятия // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – № 4.

10. Чепаченко Н.В. Проблемные вопросы совершенствования управления конкурентоспособностью строительных организаций / Н.В. Чепаченко, М.А. Бартенев // Экономическое возрождение России. – 2012. – № 1 (31). – С. 149–158.