

## **ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ»**

**В. А. Гавриков, Н. В. Пеньшин**

*ФГБОУ ВО «Тамбовский государственный технический университет», г. Тамбов*

*Рецензент д-р экон. наук, доцент Р. Р. Толстяков*

**Ключевые слова:** автотранспортное предприятие; автотранспортная услуга; конкуренция; конкурентоспособность; рынок.

**Аннотация:** Изучены и обобщены научные разработки относительно понятия «конкурентоспособность» и определены факторы конкурентоспособности автотранспортного предприятия. Методологическая основа исследования базируется на использовании системного подхода, методов экономического, логического и сравнительного анализов. Уточнено содержание понятия «конкурентоспособность автотранспортного предприятия». Полученные результаты могут быть использованы в деятельности автотранспортных предприятий, при решении проблем повышения конкурентоспособности, удержания и расширения позиций предприятия на рынке.

Динамичное социально-экономическое развитие страны привело за последние годы к существенному повышению транспортной активности. В настоящее время транспорт входит в стадию обновления и развития. Значительно возросла системообразующая роль транспорта, усиливается взаимосвязь задач его развития с приоритетами социально-экономических преобразований. Вместе с тем основной особенностью рынка автотранспортных услуг является превышение предложения над платежеспособным спросом в условиях свободного ценообразования и, как следствие, интенсивная конкуренция автотранспортных предприятий (АТП) в целях получения максимальной прибыли.

---

Гавриков Владимир Александрович – кандидат экономических наук, старший преподаватель кафедры «Организация перевозок и безопасность дорожного движения»; Пеньшин Николай Васильевич – кандидат экономических наук, доцент, заведующий кафедрой «Организация перевозок и безопасность дорожного движения», e-mail: avtobd@mail.ru, ТамбГТУ, г. Тамбов.

На изменение рыночных условий в наибольшей степени влияет поведение рыночных субъектов и их конкурентные стратегии. Для большинства крупных перевозчиков характерно стремление к монополии. Монополизации рынка противодействуют конкурентные стратегии других субъектов, занимающих меньшую долю рынка.

Формирование потенциальной возможности АТП к конкурентной борьбе и достижению максимальных результатов в данных условиях осложняется из-за необходимости 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 на процесс ее формирования и совершенствования [1].

С развитием рыночных отношений теоретическое понятие «конкурентоспособность» требует уточнения применительно к предприятиям автомобильного транспорта, так как теория, отражающая исследовательскую сферу, должна иметь собственный понятийно-категориальный аппарат, а ее структура обусловлена специфическими особенностями конкурентоспособности АТП, являющимися предметом рассмотрения. Эти специфические особенности заключаются в том, что автотранспортная деятельность представляет собой многообразие работ и услуг, связанных не только с организацией перевозочного процесса, выполнением транспортно-экспедиционных услуг, технического обслуживания подвижного состава, обеспечивающих его безопасную работоспособность, но и степенью 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, высокому уровню автосервисных услуг [1].

Основной задачей, которая стоит перед исследователями, занимающимися изучением конкурентоспособности является определение критериев, а также источников и факторов конкурентоспособности. Однако колоссальная коннотационная запутанность, неопределенность значений является уже при определении понятий.

Сегодня «конкурентоспособность» одно из немногих понятий, относительно которого разногласия носят достаточно выраженный характер. Конкурентоспособность не может иметь универсальное определение, так как носит относительный характер, все зависит от того, о каком объекте или предмете идет речь. Однако в экономической литературе можно встретить достаточно большое количество фактов и умозаключений, которые позволят провести анализ экономического содержания термина «конкурентоспособность».

Множественные трактовки данного понятия в работе [2] объясняются различными позициями экономистов, а также тем, что в качестве производителя рассматривается лишь отдельное предприятие, отрасль или вся экономика в целом.

Для более полного понимания сущности конкурентоспособности М. Портер предлагает сначала изучить основы благосостояния нации [3], полагая, что главной экономической целью нации является повышение уровня жизни населения страны, который необходимо оценивать в целом для населения, а не по отдельным гражданам, а его повышение должно быть доступно для всех слоев общества.

Уровень жизни нации определяется производительностью экономики, измеряемой стоимостью товаров и услуг, производимых на единицу трудовых, финансовых и природных ресурсов. Производительность – это то, что позволяет нации поддерживать высокий уровень заработной платы, обеспечивать привлекательную доходность капитала и сильную валюту и, следовательно, гарантировать высокий уровень жизни. Производительность зависит как от эффективности производства, так и от стоимости производимых товаров и услуг, измеряемой ценами, которые они приобретают на свободных рынках. Таким образом, конкурентоспособность определяется производительностью [3].

При исследовании конкурентоспособности как обобщенной экономической проблемы необходимо учитывать следующие факторы [4]:

- необходимость количественной оценки экономических объектов, являющихся носителями свойства конкурентоспособности, при ее отсутствии поддержание уровня конкурентоспособности, его повышение носит субъективный характер;

- конкурентоспособность не имеет универсального понятия;

- основными параметрами, которые определяют уровень конкурентоспособности, являются многослойность, относительность и конкретность;

- определение конкурентоспособности следует проводить с использованием результатов сопоставлений как предприятий, так и их продуктов;

- сопоставление экономических объектов в процессе сравнительного анализа конкурентоспособности должно удовлетворять требованиям полноты и корректности.

Изучению проблем конкурентоспособности, разработке методологических и методических подходов к анализу данной проблемы уделяется недостаточное внимание. В работе [5] выделены вопросы, связанные с термином «конкурентоспособность»:

- многовариантность, приведшая к тому, что ряд исследователей под конкурентоспособностью понимают лишь некоторые технические характеристики продукции, фирмы или отрасли;

- относительность, которая проявляется в том, что конкурентоспособность одного и того же товара на разных рынках может существенно отличаться;

- различие подходов к оценке и анализу конкурентоспособности на разных ее уровнях: товара, предприятия, отрасли и, наконец, национальной экономики в целом.

На основе систематизации разных подходов к определению конкурентоспособности, в работе [6] выделены следующие трактовки конкурентоспособности:

- философская – основывается на формировании внутри предприятия корпоративной культуры, идеологии, которые объединяют интересы различных неформальных групп рабочих; основная идея заключается в том,

чтобы работники осознавали себя важной частью системы, обеспечивая качество на всех уровнях функционирования предприятия, создавая его;

– экономическая – заключается в способности предприятия, находясь в постоянном развитии, обеспечивать свое устойчивое положение (нормальное функционирование всех подразделений, финансовое положение);

– рыночная – подразумевает за счет повышения потребительских и качественных свойств выпускаемой продукции, развития своих ресурсных возможностей и других факторов внешней и внутренней среды создание и удержание конкурентных преимуществ относительно соперников;

– юридическая – выражается в степени соответствия законодательству, стандартам (международным, государственным, отраслевым);

– социальная – соответствие темпам социального развития (в сравнении с показателями конкурентов);

– психологическая – подтверждает соответствие ожиданиям (имидж, репутация, торговая марка, имя, социальная обеспеченность своих работников, стабильность, благотворительность и т.д.).

Таким образом, формируя общую концепцию конкурентоспособности, следует учитывать все ее стороны.

В статье [7] отмечено, что конкурентоспособность следует рассматривать как сложное многоуровневое понятие, а его анализ и оценку необходимо проводить в увязке с конкретным конкурентным полем и, особенно, его уровнем. Развивая данную мысль можно уверенно утверждать, что основополагающий уровень обеспечения конкурентоспособности – *макроэкономический*, на котором формируются основные условия и предпосылки функционирования всей производственной системы. На второе место по значимости можно поставить *мезоуровень*, где определяются перспективы развития отрасли или какой-то конкретной группы предприятий. На *микроуровне* конкурентоспособность обретает свою окончательную, завершающую форму. На данном уровне основополагающим фактором конкурентоспособности является соотношение цены и качества товара, которое зависит от условий, сформировавшихся на предшествующих двух уровнях. Также важную роль играют персонал предприятия, способность использовать различные ресурсы, общехозяйственные и отраслевые преимущества. То есть все многообразие конкурентных отношений, возникающих в сфере экономики, предложено разделить на три уровня:

1) микро- (конкретные виды продукции, производства, предприятий);

2) мезо- (отрасли промышленности и их комплексы);

3) макро- (страна и международные организации) [7].

В работе [8] понятие конкурентоспособность рассматривается на четырех уровнях (табл. 1).

Рассматривая понятия «конкурентоспособность предприятия» и «конкурентоспособность товара», которые в работе [7] объединены в одну категорию, нельзя не согласиться, что конкурентоспособность товара является необходимым условием конкурентоспособности предприятия. Однако конкурентоспособность предприятия – более емкое понятие, учитывающее не только производимый товар, но и другие факторы.

Таблица 1

**Уровни конкурентоспособности**

Уровень конкурентоспособности	Объект или субъект конкурентоспособности	Некоторые факторы конкурентоспособности
Товарный	Товары (работы, услуги)	Качество продукции, соответствие нормам и стандартам. Цена. Соответствие потребительскому спросу
Микроуровень	Товаропроизводитель (организация, фирма)	Сравнительная конкурентоспособность продукции. Эффективность производственной деятельности. Финансовые показатели деятельности. Эффективность организации и сбыта продукции на рынке и его доля
Мезоуровень	Объединение предприятий, отрасли	Внутренняя структура отрасли. Влияние внешней среды. Конкурентоспособность отдельных элементов. Взаимодействие между элементами системы
Макроуровень	Народное хозяйство в целом, страновая конкурентоспособность, конкурентоспособность регионов	Инвестиционный климат. Научно-технический уровень. Конкурентоспособность промышленности и отраслей народно-хозяйственного комплекса

Тем не менее, в экономической литературе можно встретить немало определений, в которых конкурентоспособность товара приравнивают к конкурентоспособности предприятия. Например, конкурентоспособность предприятия определяется как: «Реальная и потенциальная способность, в реальных условиях, проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов» [9].

Невозможно раскрыть понятие «конкурентоспособность предприятия», не упомянув о конкурентоспособности товара. Конкурентоспособность продукции следует рассматривать лишь как один из факторов конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Предприятие может производить несколько видов товаров, причем некоторые из них могут быть менее конкурентоспособны, а другие наоборот занимают высокие конкурентные позиции. Предприятие может производить конкурентоспособную продукцию, но не быть конкурентоспособным.

Выделим основные отличия между понятиями конкурентоспособности товара и предприятия [10]:

- товар и предприятие имеют разные временные периоды своего жизненного цикла;
- различный вид товара, производимый предприятием, имеет каждый свою конкурентоспособность, а конкурентоспособность предприятия ох-

вывает всю номенклатуру и ассортимент, а также все виды производственно-экономической деятельности, осуществляемые предприятием;

– признание конкурентоспособности и товара, и предприятия осуществляется на рынке. Однако только предприятие решает вопрос о целесообразности выпуска данной продукции на рынок.

На сегодняшний момент существует множество мнений по поводу определения категории «конкурентоспособность предприятия». Проанализируем некоторые из них.

В работе [11] под конкурентоспособностью предприятия понимается степень развития одной фирмы по отношению к другой в плане удовлетворения производимой продукцией потребностей покупателей, а также эффективности производственно-хозяйственной деятельности. Конкурентоспособность предприятия отражает его способность адаптации к меняющимся рыночным условиям в конкурентной борьбе.

В литературе [12] конкурентоспособность предприятия определена как способность использовать свои сильные стороны и концентрировать усилия в той области производства товаров или услуг, где она может занять лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках.

Конкурентоспособным предприятием можно считать то, которое обладает свойствами, создающими преимущества для субъекта экономического соревнования [2].

С учетом всего вышеперечисленного сформулируем следующее определение: конкурентоспособность автотранспортного предприятия – сложный комплексный показатель, который характеризует возможность предприятия в различных рыночных ситуациях обеспечивать свои конкурентные преимущества и устойчивую прибыль и зависит от множества внешних и внутренних факторов.

Следовательно, одной из основных задач при изучении проблемы конкурентоспособности предприятия является определение критериев, а также нахождение источников и факторов конкурентоспособности.

В настоящее время многие автотранспортные предприятия из-за снижения объемов перевозок оказались на грани убыточности. Перед ними стоит проблема выживаемости в конкурентной борьбе за потребителя, которую в значительной степени обостряют индивидуалы-частники, захватившие уже достаточно большую долю рынка. В таких условиях автотранспортным предприятиям необходимо проводить анализ конкурентных позиций и стратегий на рынке автотранспортных услуг.

Анализируя конкурентные позиции предприятия на рынке, следует особое внимание уделить факторам, которые в той или иной степени воздействуют на отношение покупателей к предприятию. К таким факторам относят явления и процессы деятельности предприятия и социально-экономической жизни общества, которые вызывают изменение абсолютной и относительной величин затрат на производство, а в результате изменение уровня конкурентоспособности предприятия [13].

Наиболее фундаментальное исследование факторов конкурентоспособности предприятия проведено в работах М. Портера, который напрямую связывал их с факторами производства: людскими, физическими, денежными ресурсами, а также ресурсами знаний и инфраструктурой.

Деятельность любого АТП находится под воздействием внешних и внутренних факторов (рис. 1).

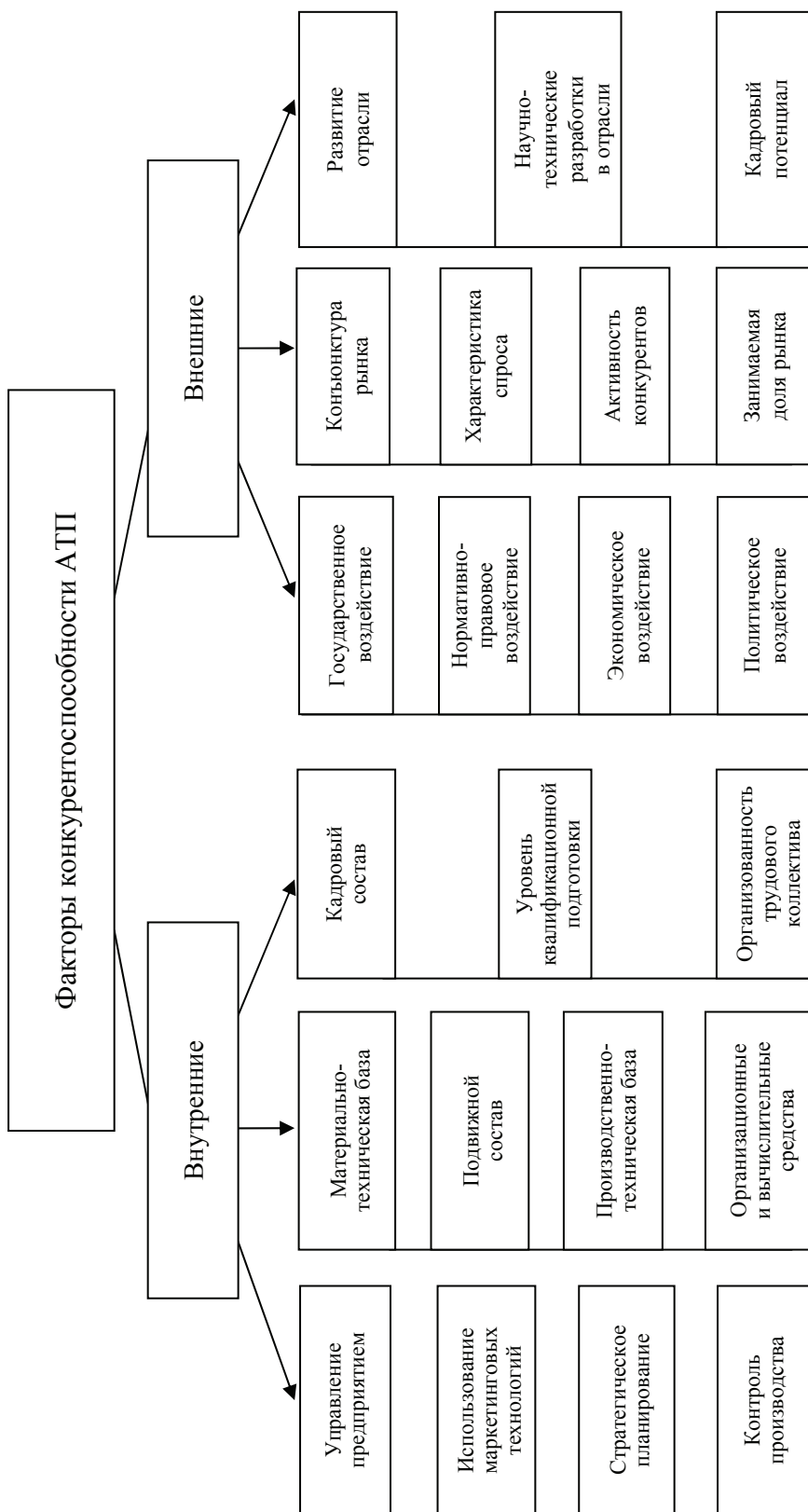


Рис. 1. Факторы конкурентоспособности АТП



Выделенные факторы оказывают различное влияние на конкурентоспособность автотранспортного предприятия, следовательно, изучение влияния каждого фактора позволит выявить слабые и сильные стороны предприятия, на основании чего принять необходимые меры по усилению конкурентных позиций на рынке автотранспортных услуг.

Отметим, что и на сегодняшний день для термина «конкурентоспособность» нет единого определения, что объясняется его пограничным положением между теорией и практикой, экономическими исследованиями и экономической политикой. Содержание данного понятия, набор его смыслообразующих признаков должны помогать осуществлять комплексный анализ текущего состояния дел в стране, отрасли или организации и могут быть использованы в качестве основы при разработке методов и средств решения практических задач, повышения конкурентоспособности.

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, можно 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, 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.

#### *Список литературы*

1. Пеньшин, Н. В. Концепция конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта / Н. В. Пеньшин // *Вопр. соврем. науки и практики*. Университет им. В. И. Вернадского. – 2010. – № 1-3(28). – С. 28 – 34.
2. Захаров, А. Н. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы, оценки и механизмы увеличения / А. Н. Захаров // *Бизнес и банки*. – 2004. – № 1-2. – С. 1 – 5.
3. Конкурентоспособность на распутье: направления развития российской экономики / М. Портер [и др.]. – М. : [б. и.], 2007. – 114 с.
4. Завялов, П. С. Проблемы международной конкурентоспособности товаропроизводителей / П. С. Завялов // *Маркетинг*. – 1996. – № 2. – С. 20 – 32.
5. Чайникова, Л. Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / Л. Н. Чайникова, В. Н. Чайников. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.



6. Данилов, И. П. Конкурентоспособность регионов России: теоретические основы и методология / И. П. Данилов. – М. : Канон+ : РООИ «Реабилитация», 2007. – 229 с.
7. Гельвановский, М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жековская, И. Трофимова // Рос. экон. журн. – 1998. – № 3. – С. 67 – 78.
8. Азоев, Г. Л. Конкурентоспособность фирмы / Г. Л. Азоев, А. Ч. Челенков. – М. : Маркетинг, 2001. – 256 с.
9. Ковалев, В. В. Финансовый анализ: методы и процедуры / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 230 с.
10. Савицкая, Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая. – Минск : Новое знание, 2002. – 412 с.
11. Основы менеджмента / М. Х. Мескон [и др.]. – М. : Дело, 2008. – 370 с.
12. Дементьева, А. В. Конкурентоспособность международных компаний / А. В. Дементьева // Маркетинг. – 2000. – № 3. – С. 64 – 67.
13. Васильева, Н. А. Экономика предприятия : конспект лекций / Н. А. Васильева, Т. А. Матеуш, М. Г. Миронов. – М. : Юрайт, 2011. – 192 с.

#### References

1. Penshin N.V. [Concept of Motor-Service Competitiveness], *Voprosy sovremennoi nauki i praktiki. Universitet im. V.I. Vernadskogo* [Problems of Contemporary Science and Practice. Vernadsky University], 2010, no. 1-3(28), pp. 28-34. (In Russ., Abstract in Eng.)
2. Zakharov A.N. [The competitiveness of the enterprise: the nature, methods, assessment and mechanisms to increase], *Biznes i banki* [Business and banks], 2004, pp. 1-5. (In Russ.)
3. Porter M., Ketels K., Delgado M., Braiden R. *Konkurentosposobnost' na rasput'e: napravleniya razvitiya rossiiskoi ekonomiki* [Competitiveness at the Crossroads: the direction of the Russian Economy], Moscow, 2007, 114 p. (In Russ.)
4. Zavyalov P.S. [Problems of international competitiveness of producers], *Marketing*, 1996, no. 2, pp. 20-32. (In Russ.)
5. Chainikova L.N., Chainikov V.N. *Konkurentosposobnost' predpriyatiya* [Enterprise Competitiveness], Tambov: Izdatel'stvo Tambovskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta, 2007, 192 p. (In Russ.)
6. Danilov I.P. *Konkurentosposobnost' regionov Rossii: teoreticheskie osnovy i metodologiya* [Competitiveness of Russian regions: the theoretical foundations and methodology], Moscow: Kanon+, ROOI "Reabilitatsiya", 2007, 229 p. (In Russ.)
7. Gel'vanovskii M., Zhekovskaya V., Trofimova I. [Competitiveness in the micro, meso and macro-level measurement], *Rossiiskii ekonomicheskii zhurnal* [Russian economic journal], pp. 67-78. (In Russ.)
8. Azoev G.L., Chelenkov A.Ch. *Konkurentosposobnost' firmy* [Firms competitiveness], Moscow: Marketing, 2001, 256 p. (In Russ.)
9. Kovalev V.V. *Finansovyi analiz: metody i protsedury* [Financial Analysis: Methods and procedures], Moscow: Finansy i statistika, 2002, 230 p. (In Russ.)
10. Savitskaya G.V. *Analiz khozyaistvennoi deyatel'nosti predpriyatiya* [Analysis of the economic performance of an enterprise], Minsk: Novoe znanie, 2002, 412 p. (In Russ.)
11. Mescon M.H., Albert M., Khedouri F. *Management*, 3d ed., New York: Harper & Row, 1988.

12. Dement'eva A.V. [Competitiveness international companies], *Marketing*, 2000, no. 3, pp. 64-67. (In Russ.)

13. Vasil'eva N.A., Mateush T.A., Mironov M.G. *Ekonomika predpriyatiya* [Enterprise economy], Moscow: Yurait, 2011, 192 p. (In Russ.)

---

### **The Economic Essence of the Concept of Competitiveness of the Road Transport Enterprise**

**V. A. Gavrikov, N. V. Penshin**

*Tambov State Technical University, Tambov*

**Keywords:** competition; competitiveness; market; motor company; motor transport services.

**Abstract:** Developing a competitive environment and raising the competitiveness of road transport enterprises are relevant issues having a practical significance for the direct participants of road transport services market. The goal of this research is to study and summarize scientific developments regarding the concept of “competitiveness” and determine competitiveness factors of road transport enterprises. The competitiveness aspects of road transport companies have not been studied in detail in Russian or foreign literature. The methodological basis for the study is the systematic approach, methods of economic, logical and comparative analyses. The results of the study can be used in solving problems of road transport enterprises aimed at raising their competitiveness, maintaining and expanding their market share. The scientific novelty of the research is clarification of the concept “competitiveness of road transport companies”.

---

© В. А. Гавриков, Н. В. Пеньшин, 2016