

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТНОЙ СФЕРЫ

METHODOLOGY OF FORMATION AND REALIZATION OF THE MECHANISM OF INCREASE OF COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISES OF THE TRANSPORT SPHERE

E. Kanunnikov

Summary. In the article there is considered the development and realization of the mechanism of increase of competitiveness of transport enterprise with application of an integrated approach as the perspective methodical direction for the solution of problems of strengthening of competitive positions of the modern Russian enterprises of transport in relevant economic conditions. The methodical maintenance of a concept of the mechanism, its structure in the context of integration of system, structurally functional and process approaches is defined by the author. The author highlights the main problems and risks of realization of the mechanism of increase of competitiveness in the transport sphere come in relation to the Russian economic conditions. Need of development of national competitive strategy of maintenance and development of transport branch as bases of formation of methodology of management of the competition, its development and restriction in the sphere of transport services in Russia is proved. There are also defined the most relevant strategies, directions, forms and methods which can provide effective management of the mechanism of increase of competitiveness of transport enterprise and steady competitive advantage of transport company in the Russian market of transport services.

Keywords: transport, transport enterprises, competitiveness, technique of increase of competitiveness, mechanism of increase of competitiveness.

Канунников Евгений Владимирович

*Аспирант, Академия труда и социальных отношений
(г. Москва)
ev.kanunnikov@ya.ru*

Аннотация. В статье рассматривается разработка и реализация механизма повышения конкурентоспособности транспортного предприятия с применением комплексного подхода как перспективное методическое направление для решения задач усиления конкурентных позиций современных российских предприятий транспорта в актуальных экономических условиях. Автором определяется методическое содержание понятия механизма, его структуры в контексте интеграции системного, структурно-функционального и процессного подходов. Выявляются основные проблемы и риски реализации механизма повышения конкурентоспособности в транспортной сфере применительно к российским экономическим условиям. Обоснована необходимость разработки национальной конкурентной стратегии поддержания и развития транспортной отрасли как основы формирования методологии управления конкуренцией, ее развития и ограничения в сфере транспортных услуг в России. Определены наиболее актуальные стратегии, направления, формы и методы, которые могут обеспечить эффективное управление механизмом повышения конкурентоспособности транспортного предприятия и устойчивое конкурентное преимущество транспортной компании на российском рынке транспортных услуг.

Ключевые слова: транспорт, транспортные предприятия, конкурентоспособность, методика повышения конкурентоспособности, механизм повышения конкурентоспособности.

В настоящее время реализуемые в национальной и мировой экономике реформы, процессы интеграции и глобализации, трансформации экономической конъюнктуры затронули функционирование большинства отраслей мирового хозяйства, оказав, в том числе, значительное влияние и на развитие транспортной отрасли. На российском внутреннем рынке транспортных услуг в настоящее время продолжает действовать большое число транспортных компаний, предлагающих широкий спектр услуг потребителям. И их число с каждым годом продолжает увеличиваться. Помимо этого, открытость российской экономики привела к появлению на отечественном рынке транспортных крупных иностранных транспортных компаний, услуги

которых отличаются высокой конкурентоспособностью, по сравнению с отечественными предприятиями, а опыт международной деятельности и методические основы функционирования характеризуются большей вариативностью и глубиной научного подхода. Данные обстоятельства выступают объективным условием усиления конкуренции между отдельными бизнес-единицами в транспортной сфере, актуализируя необходимость разработки методических основ повышения уровня конкурентоспособности российских транспортных предприятий [1. С.6].

Перспективным методическим направлением для решения поставленных задач развития в обозначенном

направлении в современных экономических условиях, на наш взгляд, может выступить разработка и реализация механизма повышения конкурентоспособности транспортного предприятия с применением комплексного подхода [2, 3]. В методическое содержание понятия механизма нами при этом включается система взаимосвязанных, взаимообусловленных показателей, стратегий, форм и методов формирования и управления конкурентоспособностью современного транспортного предприятия и ее структурными компонентами, позволяющими в совокупности осуществить выбор и реализацию наиболее эффективного способа функционирования на рынке для максимизации результатов своей деятельности по отношению к конкурентам. Таким образом, понятие механизма рассматривается нами в контексте методических оснований интеграции системного, структурно-функционального и процессного подходов.

Обращаясь к анализу составляющих механизма повышения конкурентоспособности, следует отметить, что актуальные исследования специалистов, проведенные в последние годы [2, 4], свидетельствуют о том, что транспортная сфера остается в настоящее время высококонкурентной средой, где позиции российских компаний за последние 5–7 лет значительно ухудшились. В этой связи в условиях глубокого внутреннего кризиса и слабых позиций отечественных предприятий в конкурентной борьбе как на мировом, так и в внутреннем рынке государство, в первую очередь, должно способствовать укреплению конкурентоспособности национальной транспортной отрасли.

Осуществленный исследователями углубленный анализ причин отставания российских транспортных предприятий в конкурентоспособности демонстрирует «недостаток системного анализа и использования факторов ускорения микроэкономического роста», «преобладание краткосрочных интересов, отсутствие комплексной стратегии активного роста, недостаток внутри- и межфирменного творческого сотрудничества...» [4. С. 33]. Таким образом, обнаруживается необходимость целенаправленной, системной, стратегически обусловленной деятельности для достижения единой цели — повышения конкурентоспособности производства транспортных услуг, экономики национальной транспортной отрасли. И решение данной проблемы в теоретическом и методическом плане на национальном уровне, прежде всего, должно взять на себя наше государство, объединив усилия представителей различных научных направлений, методистов и практиков. Определенными попытками в данном направлении является разработка и реализация федеральных отраслевых программ целевого характера (например, «Развитие транспортной системы России (2010–2020 годы)» с соответствующими подпрограммами), однако анализ их концептуального

содержания и продуктивности осуществления демонстрирует, что они пока не решают проблему повышения конкурентоспособности российских транспортных предприятий с учетом комплексного подхода, способствуя совершенствованию отдельных компонентов или процессов внутри транспортной системы России. Глобализация международной конкуренции, затронувшая российскую транспортную отрасль, требует участия государства в коренном методическом обновлении механизмов, обеспечивающих повышение конкурентоспособности, позволяющих преодолеть на национальном уровне такие актуальные проблемы, как поддержание баланса сил между конкурирующими предприятиями как внутри России, так и на мировом рынке; ограничение развития монополизма и олигархических сговоров на национальном уровне; развитие и совершенствование нормативно-правовой и стандартизационной базы в области конкурентного права, основанной на международных требованиях. Это позволит заложить основы формирования методологии управления конкуренцией, ее развития и ограничения с целью организации системы экспертной оценки конкурентоспособности транспортных услуг.

Разработка национальной конкурентной стратегии поддержания и развития транспортной отрасли, по нашему мнению, должна выступать опорным теоретическим и методическим базисом, на основе которого формируются механизмы повышения конкурентоспособности отдельных бизнес-единиц транспортной отрасли, а также государственных предприятий. Роль стратегии и планирования в конкурентной среде на национальном уровне в последние годы продолжает усиливаться. Именно стратегическое сценарное планирование на национальном уровне как инструмент ускорения принятия решений, модернизации методики и повышения уровня управляемости конкурентоспособностью позволяет задать основные концептуальные направления, детализируемые в более частных стратегиях, формах и методах реализации, мероприятиях, на уровне отдельных субъектов хозяйствования в транспортной сфере.

Перейдем к более подробному анализу составляющих механизма конкурентоспособности современного транспортного предприятия, функционирующего в российских условиях.

Разработка механизма повышения конкурентоспособности транспортного предприятия, в первую очередь, предполагает непрерывную оценку его текущего состояния в данной области, что, в свою очередь, делает необходимым отбор компаний и организаций, выступающих в роли базовых объектов для сравнения. Дальнейшие действия предполагают выбор и формиро-

вание перечня показателей, с помощью которых будет осуществляться непрерывный мониторинг конкурентоспособности транспортной компании. По мнению исследователей [5], в общем виде перечень показателей конкурентоспособности может включать в себя: критерии результата — отличные для каждого вида услуг, так как один и тот же результат, может быть, достигнут разными путями, посредством принятия различных управленческих решений и применения разных стратегии ведения конкурентной борьбы; критерии условий обслуживания, которые определяются материально-технической базой (инфраструктурой) предприятия и ассортиментом оказываемых услуг; критерии культуры обслуживания, зависящие от квалификации обслуживающего персонала и, как правило, не коррелирующие с видом услуг; критерии доступности, включающие затраты денежных средств и времени потребителей, связанные с получением услуги. Затем, после выявления критериальных показателей, с помощью которых будет осуществляться оценка конкурентоспособности, производится ее непосредственное измерение в динамике, фиксация состояния и его изменений, что позволяет определять и корректировать стратегии, методы и формы повышения конкурентоспособности в краткосрочной и долгосрочной перспективе.

Необходимо особо подчеркнуть тот факт, что с методической точки зрения механизм повышения конкурентоспособности транспортного предприятия должен носить управляемый характер, что позволит рассматривать его как организованную, а не дезорганизованную систему компонентов. Подобный механизм представляет собой сложный объект управления в силу многоаспектного характера явления конкурентоспособности и сложности транспортных предприятий как конкретных производственных систем, разнообразия воздействующих изменений условий внешней среды с присущими им высокой степенью неопределенности [6]. Именно комплексный подход к управлению конкурентоспособностью транспортной компании в этой связи мы рассматриваем как средство достижения и поддержания ее стратегической конкурентоспособности. Стратегическая конкурентоспособность транспортного предприятия связывается в науке [7] с ее способностью сохранять свои конкурентные преимущества в длительной перспективе, что предполагает необходимость учета того, что ее деятельность будет происходить в условиях существенных изменений в технической, технологической, экономической, социальной и политической среде. По этой причине в процесс управления конкурентоспособностью транспортной компании как системным механизмом целесообразно включить такие функции, как планирование, решающее противоречия между системой и внешней средой; организацию, позволяющую преодолевать противоречия между элементами систе-

мы; регулирование, призванное компенсировать возникающие возмущения как со стороны внешней среды, так и внутренних элементов. [8. С.43]

В современной науке представлены различные мнения по проблеме определения методических стратегий, направлений, форм и методов, которые могут обеспечить эффективное управление механизмом повышения конкурентоспособности и устойчивое конкурентное преимущество транспортной компании на рынке транспортных услуг в современных условиях. Их методическое содержание представлено с той или иной степенью детализации в плане реализации конкретных расчетов, для которых используются как общепринятые коэффициенты и формулы, так и авторские методики.

Так, в условиях усложнения процессов конкуренции, требующей новых форм и направлений повышения конкурентоспособности транспортных компаний, одним из перспективных направлений В. А. Крыгиным рассматривается стратегическое партнерство предприятий транспорта, которое, по мнению исследователя, повышает шансы укрепления позиций на старых рынках, завоевания новых рынков, способствует сокращению коммерческих и технологических рисков. [4]

По мнению М. Ю. Подкопаева в число методов и направлений, обеспечивающих устойчивое конкурентное преимущество, входят «эффект масштаба (слияние и поглощение транспортных компаний с целью увеличения масштаба производства, поглощения конкурента и устранения конкуренции; перестройка на основе аутсорсинга вспомогательных функций), диверсификация услуг, развитие технического потенциала, качество услуг, уникальные особенности услуги, высокая эффективность перевозочного процесса, опыт, сильный бренд и высокая репутация компании (подразумевает резкое увеличение расходов на маркетинг и рекламу)». [8. С. 44] В своем исследовании [8] автор рассматривает и систематизирует научно общепринятый математический инструментарий в данной области, дополняя его качественными характеристиками, позволяющими оценить перспективность реализации тех или иных мероприятий. В свою очередь И. И. Чайка и Н. И. Львов [9] выделяют следующие ключевые направления стратегии управления конкурентоспособностью российских транспортных компаний: «финансово-хозяйственная деятельность, технологическая деятельность, достойное качество трудовой жизни, организационно-экономическая деятельность». Первое из направлений исследователи предлагают оценивать с помощью показателя, характеризующего кругооборот средств, основанного на платежеспособном спросе. Речь идет о показателях темпов роста собственных средств предприятия; рыночной активности компании; формировании запасов

и затрат из собственных средств; платежеспособности. Оценку показателей остальных направлений предлагается осуществлять с использованием экспертной оценки по выделенным факторам конкурентоспособности. По мнению авторов, это позволяет в обобщенном виде оценивать состояние всех стратегических направлений конкурентоспособности транспортной компании и эффективности его функционирования на рынке соответственно [10]. Однако экспертная оценка является, на наш взгляд определенным недостатком предлагаемого метода, как и наличие качественных характеристик в первом случае, что вносит определенную субъективность в оценку составляющих конкурентоспособности компании, снижая точность и достоверность полученных результатов. Хотя в первом случае в определенной степени преодолеть данный недостаток позволяет наличие математического инструментария. Но последнему, при этом, к сожалению, не всегда свойственен комплексный характер оценки исследуемого явления.

В исследовании М.Б. Ивановой [11] выделены следующие успешно апробированные на практике стратегии развития транспортных компаний, позволяющие повысить уровень конкурентоспособности: повышение уровня надежности обслуживания (за счет внедрения информационной системы слежения за прохождением товара; повышением квалификации персонала; внедрения системы качества в соответствии с международными стандартами); совершенствование относительного уровня времени обслуживания (за счет формирования эффективных взаимоотношений с администрацией операторов терминалов, таможенными и другого рода государственными органами, сертификационными органами для более быстрого прохождения грузов по транспортным узлам; модернизация средств оформления транспортных документов с целью повышения оперативности их выдачи); регулирование меры полноты спектра услуг (за счет строительства собственных складских помещений, их аренды, приобретения собственных транспортных средств различных модификаций или их аренды, в т.ч. погрузочных и перегрузочных средств и т.д.); регулирование относительного показателя цены обслуживания (за счет предоставления объемных, накопительных скидок для грузовладельцев); совершенствование имиджа (за счет более активной рекламы, участия в транспортных форумах, конференциях, выставках и т.д.); повышение степени взаимодействия с другими компаниями на рынке транспортных услуг с целью увеличения степени синергии обслуживания при объединении усилий (в т.ч. за счет вступления в отраслевые альянсы, заключение договоренностей о сотрудничестве, присоединение к транспортным холдингам) [11. С. 129].

Автором определены следующие критерии эффективности реализации стратегий повышения конкуренто-

способности транспортных предприятий: экономическая эффективность проекта (показатели — чистый доход, чистый приведенный эффект, внутренняя норма доходности, срок окупаемости, индекс доходности) [11, 12]; скорость или время реализации стратегии (например, по приобретаемым или арендуемым транспортным средствам, электронным средствам слежения за прохождением груза показателями выступит «время изготовления (если это требуется) + время доставки и наладки; по повышению качества персонала — время прохождения курсов переподготовки или повышения квалификации; по строительству или модернизации склада — время разработки и утверждения проектной документации + строительство + время на ввод в эксплуатацию и т.д.); прирост уровня конкурентоспособности (разница между будущим показателем и текущим (например, в балльной оценке).

Подчеркивая тот факт, что с целью определения эффективности реализации стратегии, прежде всего, устанавливается степень финансовой реализации того или иного мероприятия, которая отражает наличие у транспортной компании возможностей для ее внедрения, в качестве наиболее простого и наглядного показателя М.Б. Иванова [11] рекомендует использовать дисконтированный срок окупаемости, позволяющий учитывать величину инвестиций (денежных вложений в стратегию), величину годовой дисконтированной прибыли. В качестве дополнительного критерия автор предлагает применять прирост годовой прибыли после реализации стратегии.

Как уже подчеркивалось в нашей статье, современная транспортная отрасль является экономической сферой, которой свойственна высокая неопределенность, а значит реализацию той или иной стратегии повышения конкурентоспособности предприятия, избираемого метода или формы будет сопровождать определенный риск, измерение которого не всегда представляется возможным. В числе рисков следует назвать сокращение объемов обслуживаемого грузопотока; появление в определенном секторе рынка более сильного конкурента; бюрократические риски, которые влияют на увеличение сроков реализации стратегии; валютные колебания; изменения налогового законодательства и т.д. Для принятия решения в данном случае могут использоваться два метода: с учетом риска: если можно определить степень риска по каждой из стратегических альтернатив, то данный показатель становится одним из критериев для выбора оптимальной стратегии; и в условиях неопределенности (с использованием соответствующей методологии). К сожалению, методический инструментарий для определения риска потерь в случае реализации стратегии повышения конкурентоспособности, сегодня еще не отличается высоко вариативностью и глубокой научной проработанностью. В данном случае

может применяться такой метод, как построение матрицы рисков с определением весовости каждого коэффициента и комплексной оценкой, экспертная оценка.

Продолжая анализ, следует особо остановиться на так называемых информационных основах формирования и реализации механизма повышения конкурентоспособности транспортных предприятий, в качестве которого в современных условиях развития экономики знаний, цифровой экономики выступают корпоративные знания, что обуславливает эффективность использования так называемой технологии Big Data («больших данных») для накопления, систематизации, обработки и анализа архивной и оперативной информации, позволяющей определить и отслеживать конкурентные преимущества компании на рынке по сравнению с конкурентами. Это актуализирует необходимость внедрения комплексных решений в области информационных технологий, пронизывающих инфраструктуру современных российских транспортных предприятий.

Подводя итог вышеприведенному анализу, необходимо подчеркнуть тот факт, что все приведенные в статье методические стратегии, формы и методы направлены на управление процессом повышения конкурентоспособности и максимизацию его эффективности, при этом они не связаны с полным устранением конкуренции со стороны иных участников рынка транспортных услуг. К недостаткам применяемых сегодня стратегий и методов относится то, что их реализация сопровождается пока еще значительной сложностью для управления конкурентоспособностью компаний, функционирующих на рынке несовершенной конкуренции в странах с переходной экономикой, к числу которых относится современная Россия. Переходная теория и методика повышения конкурентоспособности находится сегодня в процессе формирования, и в ней еще не разработаны обобщающие количественные показатели конкурентоспособности предприятия, недостаточно методологически проработаны влияющие факторы и риски. В российских условиях данная проблема дополнительно осложняется наличием региональной специ-

фики. Во-первых, это географическое расположение регионов, способствующих развитию перевозок каким-то одним видом транспорта, либо находящихся на пересечении нескольких транспортных путей. Географический аспект также проявляется в отдаленности ряда регионов и возможности осуществления туда доставки груза с использованием только определенных видов транспорта. Помимо этого, географическая специфика формирования конкурентоспособности в российских условиях проявляется в различной степени оснащенности и развития транспортных коммуникаций и инфраструктуры. Во-вторых, уровень развития транспортных услуг в нашей стране определяется экономическим развитием того или иного региона, концентрацией в нем действующих промышленных и оптово-посреднических предприятий и организаций. Кроме того, значение имеет и уровень внешнеэкономической деятельности региона, возможность эффективно обрабатывать и распределять экспортные, импортные и транзитные грузопотоки. [13]

Таким образом, следует подчеркнуть, что рассмотренные в настоящей статье стратегии, направления, методы и формы как составляющие механизма повышения конкурентоспособности современных транспортных предприятий необходимо применять, адаптируя не только для конкретной организации с учетом специфики ее деятельности, но и к особенностям региона. В современной России целесообразно разрабатывать и внедрять механизмы повышения конкурентоспособности транспортных предприятий на основе не широко распространенной в странах с развитой экономикой методологии, а методических составляющих, обеспечивающие системность и комплексность непрерывной оценки и повышения конкурентоспособности, позволяющих учесть накопленный позитивный российский опыт и разработки, в том числе в региональном разрезе, синтезировать зарубежный опыт и учесть особенности российской действительности, в первую очередь специфику переходной экономики. Именно в этом направлении нам видится дальнейшее развитие методологии и практики разработки механизмов повышения конкурентоспособности в транспортной сфере в отечественных условиях.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Иванова М. М. Методические основы оценки и повышение уровня конкурентоспособности транспортно-экспедиторской компании: Дисс. ... канд. эконом. наук. Новороссийск, 2001. 180 с.
2. Деревянко О. В. Организационно-экономический механизм планирования бизнес-процессов предпринимательских структур. Дис. ... канд. экон. наук. СПб., 2004. 160 с.
3. Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Хозяйственный механизм // Современный экономический словарь. М.: ИНФРА-М, 2011. 479 с.
4. Крыгин В. А. Разработка методов оценки конкурентоспособности российских автотранспортных предприятий, осуществляющих международные перевозки: Дис. ... канд. экон. наук: СПб., 2000. 136 с.
5. Пальникова Е. Н. Конкурентоспособность автотранспортной отрасли и факторы обеспечения конкурентоспособности автотранспортных предприятий // Вестник Сибирского федерального университета. 2016. № 4–5 (56). С. 130–133.

6. Абрамов А. П. Маркетинг на транспорте. М.: Желдориздат, 2001. 329 с.
7. Беленький А. С. Исследование операций в транспортных системах: идеи и схемы методов оптимизации планирования. М.: Мир, 2012. 582 с.
8. Подкопаев М. Ю. Экономическая оценка управленческих решений по повышению конкурентоспособности транспортной компании: Дисс. . . канд. эконом. наук. М., 2015. 176 с.
9. Чайка И. И. Конкурентоспособное качество отечественной продукции — ключевая проблема выхода России из экономического кризиса / И. И. Чайка, Н. И. Львов // Стандарты и качество. 2001. № 6. С. 35–47.
10. Чижук Ю. Н. Развитие международной транспортной инфраструктуры как фактор повышения конкурентоспособности российских автотранспортных предприятий: Дисс. . . канд. эконом. наук. Ростов-на-Дону, 2014. 154 с.
11. Иванова М. Б. Методические основы выбора эффективных частных стратегий повышения конкурентоспособности транспортно-экспедиторских компаний // Вестник Государственного университета морского и речного флота имени адмирала С. О. Макарова. 2013. № 1(20). С. 127–137
12. Боровских Н. В. Конкурентные стратегии: методология формирования и развития // Маркетинг. 2005. № 2 (81). С. 37–48.
13. Завьялова Я. Д. Организация транспортно-экспедиционной деятельности в логистических сетях: Автореф. дисс. . . канд.эконом.наук. СПб., 2001. 16 с.

© Канунников Евгений Владимирович (ev.kanunnikov@ya.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

