

ВИБІР МЕТОДУ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА ПРИ ВИЗНАЧЕННІ СТРАТЕГІЙ ТЕХНІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розглянуто і проаналізовано методи оцінки конкурентоспроможності підприємств в ринкових умовах. Обґрунтовано використання показника динаміки частки ринку автотранспортного підприємства при визначенні стратегії його технічного розвитку.

Як відомо, прибуток автотранспортного підприємства залежить від ряду факторів, таких як обсяг транспортних послуг, тариф, експлуатаційні та інші витрати, діяльність конкурентів тощо. З метою отримання та максимізації прибутку перед підприємством стоїть задача створення такого механізму господарювання, при якому воно має можливість «завоювати» собі достатні обсяги перевезень при умові забезпечення конкурентоспроможного та ефективного тарифу. Тому при визначенні стратегій технічного розвитку виникає питання оцінки місця підприємства на ринку та його конкурентоспроможності, так як ці фактори суттєво впливають на загальну ефективність реалізації стратегії.

В світовій економічній науці було розроблено ряд систем показників для оцінки ринкової ситуації та конкурентоспроможності підприємств в умовах стратегічного планування. Найбільш широке розповсюдження здобули матричні методи, такі як матриця «ріст/частка» Бостонської консалтингової групи, матриця Мак-Кінсі та інші, детально розглянуті в [1 – 3]. Загальним недоліком цих методів є значне спрощення ситуації, яку вони описують, що призводить до отримання не завжди адекватних результатів про ринкову ситуацію. Більш того система показників конкурентної ситуації підприємства крім орієнтації на попит, ще повинна враховувати стратегії і діяльність конкурентів, а особливо «компаній лідерів», які займають на ринку провідні позиції і застосовують агресивну політику по просуванню своїх послуг. Цим вимогам більше відповідають показники частки ринку, а саме, абсолютна частка ринку ($C_1(t)$), відносна частка ринку ($C_2(t)$) та показник відносної якості послуг ($C_3(t)$), [1 – 3]:

$$C_1(t) = \frac{P(t)}{P^r(t)}, \quad (1)$$

$$C_2(t) = \frac{P(t)}{P^k(t)}, \quad (2)$$

$$C_3(t) = \frac{q(t)}{q^k(t)}, \quad (3)$$

де $P(t)$ – обсяг перевезень, виконаних підприємством в t -му періоді;

$P^r(t)$ – загальний обсяг виконаних перевезень на ринку транспортних послуг за цей же період;

$P^k(t)$ – обсяг перевезень, виконаних підприємством, яке займає на ринку провідну позицію;

$q(t)$ і $q^k(t)$ – інтегральні показники якості послуги розглянутого підприємства і компанії, яка займає провідну позицію на ринку відповідно.

Основна значимість набору показників $C_1(t)$, $C_2(t)$, $C_3(t)$ полягає в тому, що з їх допомогою можна оцінити, як буде надалі складатися ринкова ситуація у автотранспортного підприємства. При умові відсутності на ринку компаній лідерів загальний попит за інших

рівних умов розподілиться пропорційно займаємі підприємством частки ринку. В умовах існування фірми-лідера, що здійснює агресивну політику просування на ринку, розподіл загального попиту на ринку описується на основі індексу прямої експансії фірми-лідера (створення філіальної мережі, реклама тощо), що може бути визначений як індекс частки ринку цієї фірми в періодах t і $t-1$ відповідно.

Таким чином, в умовах сучасної ринкової ситуації, найбільш доцільним є використання показника динаміки частки ринку при оцінці конкурентоспроможності автотранспортних підприємств. Показник динаміки частки ринку визначається відношенням індексу частки ринку АТП в порівнянні із середньозваженим показником індексу частки ринку основних конкурентів:

$$K_{\delta} = \frac{I_{АТП}}{I_K}, \quad (4)$$

де K_{δ} – показник динаміки частки ринку;

$I_{АТП}$ – індекс частки ринку досліджуваного АТП;

I_K – середньозважений індекс частки ринку конкурентів;

$$I = \frac{C(t)}{C(t-1)}, \quad (5)$$

де $C(t)$ – частка ринку автотранспортного підприємства в t -му періоді;

$C(t-1)$ – частка ринку автотранспортного підприємства в $(t-1)$ -му періоді.

Значення $K_{\delta} < 1$ свідчить про те що конкурентоспроможність даного АТП менша за конкурентів, значення $K_{\delta} = 1$ свідчить про те, що конкурентоспроможність даного АТП еквівалентна конкурентам, а значення $K_{\delta} > 1$ свідчить про вищу конкурентоспроможність ніж у конкурентів.

Таким чином показник динаміки частки ринку дозволяє оцінити можливість забезпечення конкурентоспроможності підприємства, а отже і можливості виконання необхідного обсягу транспортних послуг, передбачених стратегією. Тому для відсіювання неконкурентоспроможних варіантів технічного розвитку, слід використовувати обмеження показника динаміки частки ринку не менше $K_{\delta} > 1$. Тобто, якщо динаміка частки ринку буде вище, ніж у конкурентів, то підприємство зможе забезпечити розрахункові обсяги перевезень при моделюванні стратегії, а відповідна стратегія може бути реалізованою.

Список літературних джерел

1. Бідняк М. Н. Виробничі системи на транспорті: теорія і практика / М. Н. Бідняк, В. В. Біліченко. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2006. – 176 с. – ISBN 966-641-200-4.
2. Біліченко В. В. Показники конкурентної ситуації автотранспортних підприємств при розробці проектів технічного розвитку виробництва / В. В. Біліченко, Є. В. Смирнов, С. В. Цимбал // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля, – 2007. – №6 (112). – с. 56-59.
3. Егорова Н. Е. Автосервис. Модели и методы прогнозирования деятельности / Егорова Н. Е., Мудунов А. С. – М. : Экзамен, 2002. – 256 с.

Смирнов Євгеній Валерійович – асистент кафедри автомобілів та транспортного менеджменту, Вінницький національний технічний університет.