

Перспективы решения ключевых проблем совершенствования международной транспортной инфраструктуры для повышения конкурентоспособности автотранспортных предприятий на мировом уровне

© 2014 Чижук Юрий Николаевич

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)

344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 69

E-mail: oet2004@yandex.ru

Статья посвящена исследованию современных тенденций развития международной транспортной инфраструктуры, выявлению актуальных направлений развития международного рынка автомобильного транспорта, определению перспектив решения ключевых проблем совершенствования международной транспортной инфраструктуры для повышения конкурентоспособности автотранспортных предприятий на мировом уровне.

Ключевые слова: международная транспортная инфраструктура, конкурентоспособность автотранспортных предприятий, международный рынок автомобильного транспорта.

К числу современных тенденций развития международной транспортной инфраструктуры относятся распространение логистики, преобладание неценовых факторов развития международной транспортной инфраструктуры, что повышает ее инвестиционную привлекательность.

Транспортные компании стремятся к минимизации рисков и издержек, поэтому все большую популярность приобретают интеграционные объединения транспортных компаний из различных стран. В условиях формирования глобальной конкуренции на мировом рынке транспортной инфраструктуры ценовая конкуренция становится все более актуальным направлением. В связи с этим ускоренное развитие получают системы интегрированной логистики и технологии интермодальных перевозок, позволяющие оптимальным образом комбинировать различные виды транспорта.

В развитых странах наблюдается повышение спроса на экологически безопасную транс-

портниковку, постепенный переход от политики протекционизма к политике фритрейдерства, формирование глобальной транспортной системы, развитие организации международного рынка транспортной инфраструктуры, усиление конкуренции на международном рынке транспортной инфраструктуры¹.

Транспортные компании стремятся к минимизации рисков и издержек. Поэтому все большую популярность приобретают интеграционные объединения транспортных компаний из различных стран. Интеграция позволяет повысить эффективность транспортных услуг. Схема интегрированной транспортировки предусматривает заключение договора с крупной международной транспортной компанией, которая прокладывает оптимальный маршрут транспортировки и организует ее и заключает договоры на транспортировку с транспортными компаниями, работающими в странах, где проходит маршрут транспортировки груза заказчика (рис. 1).

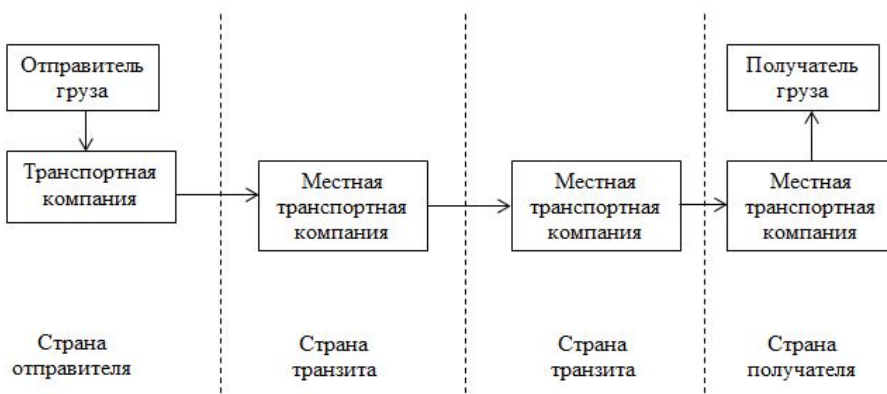


Рис. 1. Схема интегрированной международной транспортировки

Существуют следующие основные проблемы развития международной транспортной инфраструктуры: отсутствие унифицированных стандартов международной таможенной системы, низкий уровень доступности транспортной инфраструктуры, неравномерность охвата транспортной инфраструктуры различными видами транспорта, безопасность, привлечение инвестиционных потоков в модернизацию транспортной отрасли, развитие нормативно-правовой поддержки совершенствования транспортной системы и рынка транспортных услуг, усиление дефицита квалифицированных профессиональных кадров, наличие территориальных и структурных несоответствий в процессе функционирования транспортной инфраструктуры, недостаточный уровень мобильности трудовых ресурсов в области транспортной инфраструктуры, низкое качество транспортных услуг, усиление отрицательного воздействия эксплуатации транспортных средств на экологическую среду, недостаточное применение систем интегрированной логистики, слабое развитие технологии интермодальных перевозок, низкий уровень использования информационных систем.

Стремительное повышение спроса на международные транспортные перевозки с использованием автотранспорта и развитием системы свободной торговли привело к качественному изменению рыночной ситуации на международном рынке автотранспорта, связанному с усилением конкуренции. Позиции европейских транспортных компаний усилились за последние годы. Западноевропейские государства в 2012 г. контролировали более 20 % исследуемого рынка. Таким образом, можно говорить о европейской монополии на международные транспортные перевозки.

Актуальными направлениями развития международного рынка автомобильного транспорта являются²:

- преодоление протекционистской направленности политики большинства стран мира в отношении отечественных автотранспортных компаний и соответствующее снижение тарифных и нетарифных ограничений в данной области;
- международная интеграция автотранспортных компаний для аккумуляции большого объема средств финансовой природы, который является абсолютно необходимым для внедрения инноваций и предоставления транспортных услуг более высокого качества по более низкой стоимости;
- развитие антимонопольной политики на международном рынке автотранспорта и стимулирование добросовестной конкуренции;
- унификация, стандартизация и систематизация на международном рынке автотранспорта.

Несмотря на активное развитие международного рынка автотранспорта, существующие транспортные компании не способны надлежащим образом ответить на растущие потребности в услугах данного рынка. Ключевой причиной развития такой ситуации стало недостаточное развитие автотранспортной инфраструктуры, а главным образом, автомобильных дорог. Это осложняет транзитные перевозки, повышает транспортные риски и стоимость транспортных услуг, соответственно.

На международном рынке автотранспорта в 2012 г. действовало более 600 млн транспортных средств, из которых 86% приходилось на легковые автомобили, 13% - на грузовые автомобили и 1% - на автобусы (рис. 2).

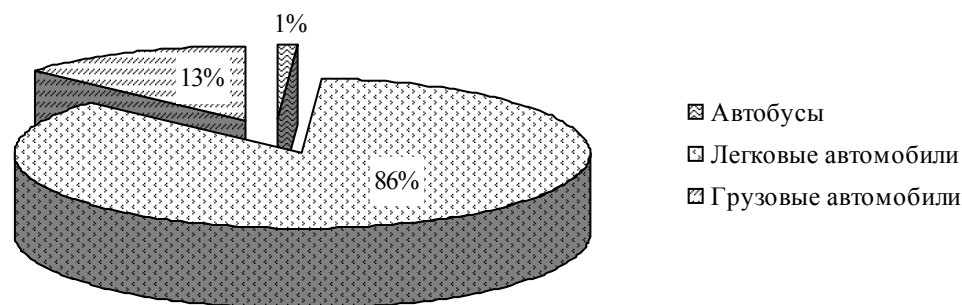


Рис. 2. Структура международного рынка автотранспорта в 2012 г. по видам транспортных средств

Источник. Составлено автором на основе: Рынок автомобильного транспорта. Текущая ситуация и прогноз // Intesco Research Group. 2013. URL: http://proreport.ru/partners/intesco_research_group/?PAGEN_2=6.

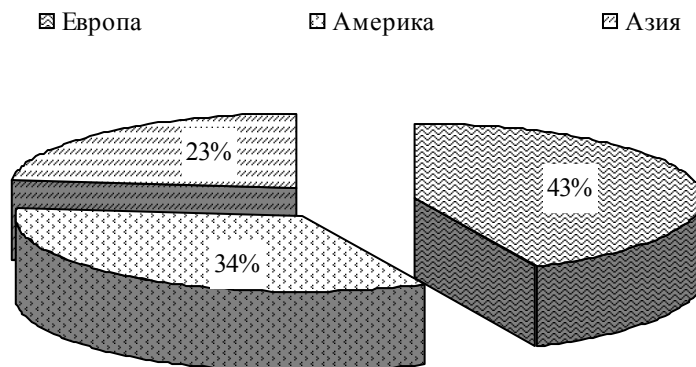


Рис. 3. Структура международного рынка автотранспорта в 2012 г. по континентам

Источник. Составлено автором на основе: Рынок автомобильного транспорта. Текущая ситуация и прогноз // Intesco Research Group. 2013. URL: http://proreport.ru/partners/intesco_research_group/?PAGEN_2=6.

Наибольшими долями на международном рынке автотранспортных средств в 2012 г. обладали Европа (40 %), Америка (32 %) и Азия (21 %) (рис. 3).

Популярность автомобильного транспорта возрастает по всему миру. Более 80 % интернациональных транспортных перевозок в 2012 г. осуществлялось с использованием данного вида транспорта. В Европейском союзе преобладают коммерческие транспортные компании.

Наблюдалась общая тенденция роста производства и продажи автомобилей в мире в 2000-2012 гг. В 2008-2012 гг. наблюдалось наращение объемов производства автомобилей в Китае, в результате чего китайский автомобильный рынок за рассматриваемый период времени вырос в 2 раза. В то же время европейский и американский рынки сокращались, и в странах Европы и Америки производство автомобилей упало на 15 % в 2008-2012 гг. Для мирового рынка автомобильной промышленности характерна тенденция монополизации. В 2012 г. на 10 крупнейших стран - производителей автомобилей приходилось 48 % рынка по сравнению с 41 % в 2008 г.³

Согласно разработанной методике, существует зависимость между развитием международной транспортной инфраструктурой и конкурентоспособностью транспортных предприятий. Методика оценки конкурентоспособности предприятий на основе оценки их финансового состояния была адаптирована к особенностям транспортного рынка, а также привязана к международной транспортной инфраструктуре.

В данной методике проводится регрессионный анализ для выявления зависимости между уровнем развития международной транспортной инфраструктуры и конкурентоспособностью транспортных предприятий, выявляется степень

корреляции обозначенных показателей, и на этой основе составляются рекомендации для повышения конкурентоспособности транспортных предприятий.

Основной формулой для определения степени конкурентоспособности транспортного предприятия относительно предприятия-эталона является следующая⁴:

$$K = \frac{K_a}{K_{\text{этал}}},$$

где K_a - конкурентоспособность данного транспортного предприятия;

$K_{\text{этал}}$ - конкурентоспособность эталонного транспортного предприятия.

Под конкурентоспособностью предприятий транспортной отрасли понимается способность предприятий к удовлетворению растущего платежеспособного спроса перевозчиков и пассажиров на перевозки определенного объема и качества, которая обеспечивает занятие предприятием ведущего места на рынке транспортной инфраструктуры и получение им максимального полезного эффекта.

К числу важных и обязательных атрибутов системы управления транспортным предприятием с использованием технологии знаний можно отнести информационно-технологическую службу.

В среде, подразумевающей новый тип функционирования транспортного рынка Российской Федерации, каждый участник такого рынка, любая бизнес-единица становятся ответственными в экономическом плане за свои решения, вынуждены стремиться к максимальному снижению издержек производства и повышению уровня результативности своей деятельности. Достижение этого возможно за счет принятия системных решений в сфере информационных технологий, пронизывающих инфраструктуру предприятий.

Основной целью существующей политики государства на российском рынке транспортных услуг является генерация условий, способствующих улучшению социально-экономического климата государства посредством сокращения объемов затрат на транспортировку грузов и товаров на территории страны, повышения уровня предлагаемых транспортных услуг, реализуемых резидентам, удовлетворения дифференцирующихся потребностей экономической среды в услугах транспортной природы, что повлечет за собой безусловное развитие мирового рынка транспортной инфраструктуры.

Таким образом, сущность концепции конкурентоспособности субъектов рынка транспортных услуг, которая должна вырабатываться на основе комплекса маркетинговых исследований, определяется как работа с потребительскими ценностями, как достижение хозяйствующими субъектами транспорта своих целей путем конкретизации потребностей целевых рынков и снабжения потребителей услугами эффективнее и продуктивнее, чем их конкуренты. Маркетинговое исследование является действенным инструментом, позволяющим получить обратную связь от рынка и обеспечивающим комплексную разработку концепции и конкурентной стратегии на рынке транспортной инфраструктуры.

С использованием эффективности функционирования системы управления расходами транспортных предприятий становятся возможными оценка и анализ финансово-экономического положения хозяйствующего субъекта транспортной сферы. Именно экономический анализ способен

в комплексе исследовать и оценить, насколько анализируемое предприятие конкурентоспособно.

В рамках данного исследования было произведено объединение относительных показателей, которые используются при оценке экономического положения организации, в пять основных категорий⁵: платежеспособность, оборачиваемость, рентабельность (доходность), эффективность и потенциальный рост.

Институциональные проблемы совершенствования требуют признания платежеспособными тех хозяйствующих субъектов, которые с использованием собственных ресурсов потенциально способны покрыть инвестиции в свои активы, для которых характера низкая дебиторская и кредиторская задолженность и способность вовремя погасить свои обязательства. Платежеспособность организации может быть обеспечена за счет рациональной организации и использования оборотных производственных фондов.

В данной связи при проведении анализа платежеспособности акцентируется внимание на использовании оборотных производственных фондов. Анализ также включает в себя изучение состава и размещения средств организации; динамики и структуры источников финансовых средств; наличия собственных оборотных фондов; кредиторской и дебиторской задолженности.

Нами представлены действительные рекомендации, имеющие прямое отношение к вопросу применения того или иного стратегического плана в зависимости от состояния конкурентного пространства в рыночной среде (см. таблицу).

Условия создания основных конкурентных стратегий для предприятий автотранспорта

Характеристика конкуренции на рынке	Показатели создания конкурентной стратегии
Снижение себестоимости транспортных услуг	Наличие значительной рыночной доли и широкого доступа к факторам производства по относительно невысокой стоимости. Высокий уровень эластичности спроса на транспортные услуги по цене на них. Наличие только ценовой конкуренции на рынке транспортной инфраструктуры. Высокая степень зависимости доходов потребителей от повышения транспортных тарифов. Слабо дифференцированные транспортные услуги
Дифференциация транспортных услуг (ценовая, сервисная, кадровая, имиджевая)	Существование широких возможностей, позволяющих выделить транспортные услуги на рынке, высокий уровень грамотности потребителей в вопросах качества транспортных услуг. Неоднородный спрос на транспортные услуги. Наличие неценовой конкуренции. Транспортные издержки занимают незначительную долю доходов потребителей. Слабо дифференцированные транспортные услуги
Выбор целевого сегмента рынка транспортной инфраструктуры	Высокая степень дифференциации потребностей потребителей транспортных услуг. Сегментация и специализация не распространены на рынке транспортной инфраструктуры. Резервы предприятий, действующих на рынке транспортной инфраструктуры, ограничены
Учет потребностей рынка транспортной инфраструктуры	Провозные возможности автотранспортных предприятий находятся в дефиците. Спрос на транспортные услуги неэластичен по цене. Для рынка не характерно наличие барьеров "входа" и "выхода". На рынке действует немного транспортных предприятий. Рынок транспортной инфраструктуры нестабилен
Внедрение инноваций	Отсутствуют аналоги транспортных услуг. Существует потенциальный спрос на транспортные инновации. Крупные клиенты заинтересованы во внедрении инноваций и готовы оказать поддержку

Итак, сущность концепции конкурентоспособности субъектов рынка транспортных услуг, создаваемая на основе комплекса маркетинговых исследований, определяется как работа с потребительскими ценностями, как достижение хозяйствующими субъектами транспорта своих целей посредством выявления потребностей целевых рынков и их аудиторий, а также путем снабжения потребителей товарами и услугами эффективнее и продуктивнее, чем их конкуренты. Маркетинговое исследование - действенный инструмент, позволяющий получить обратную связь от рынка и обеспечивающий комплексную разработку концепции и конкурентной стратегии на рынке транспортной инфраструктуры.

¹ *Чижук Ю.Н.* Модель развития международной транспортной инфраструктуры на примере российских автотранспортных предприятий // Экономические науки. 2013. □ 8 (105).

² *Чижук Ю.Н.* Модель конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры // Экономические науки. 2013. □ 4 (101).

³ *Чижук Ю.Н.* Развитие международной транспортной инфраструктуры на примере российских автотранспортных предприятий // Экономика и право. 2013. □ 8.

⁴ *Чижук Ю.Н.* Специфика конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры // Экономические науки. 2013. □ 4 (101).

⁵ *Губкевич Т.В.* Формирование финансов в подразделениях железнодорожного транспорта // Ж-д транспорт. 2003. □ 11. С. 62.

Поступила в редакцию 06.01.2014 г.