

Модель конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры

© 2013 Чищук Юрий Николаевич

Ростовский государственный экономический университет (РИНХ),

г. Ростов-на-Дону

E-mail: 2265626@mail.ru

Рассматривается модель оценки конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры; выделены показатели, влияющие на конкурентоспособность предприятий; определены идеальные значения данных показателей, представлена методика расчета показателей. В заключение обозначена применимость данной модели для оценки транспортных услуг.

Ключевые слова: транспорт, услуга, конкурентоспособность, модель, показатели.

Для того чтобы любое предприятие функционировало на рынке, ему необходимо поддерживать определенный уровень конкурентоспособности, в противном случае предприятие будет вытеснено с рынка. В данной работе рассмотрим модель конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры. Современный рынок транспортных услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции в силу наличия внушительного количества организаций, занимающихся грузоперевозками. Транспортно-экспедиционные компании активно используют инструменты маркетинга с целью удержания и улучшения существующих позиций.

Ф. Котлер выделяет следующие показатели конкурентоспособности¹:

I. Финансовые показатели:

1. Структура активов (по финансовым коэффициентам).

2. Инвестиционный рейтинг.

3. Выручка.

4. Норма прибыли.

5. Рентабельность.

II. Показатели производства:

1. Использование оборудования.

2. Производственные мощности/пропускная способность оборудования.

3. Численность занятых.

4. Системы контроля качества.

5. Производительность факторов производства.

6. Возраст технологического оборудования.

III. Организационно-управленческие показатели:

1. Численность инженерно-технологического и управленческого персонала.

2. Скорость реакции управления на изменения во внешней среде.

3. Четкость разделения полномочий и функций.

4. Тип организационной структуры управления.

5. Качество используемой в управлении информации.

6. Степень гибкости оргструктуры управления.

IV. Маркетинговые показатели:

1. Доля рынка.

2. Репутация фирмы.

3. Престиж торговой марки.

4. Расходы по стимулированию сбыта.

5. Численность сбытового персонала.

6. Ценовая политика / уровень цен.

7. Организационные и технические средства для сбыта.

8. Уровень обслуживания / качество обслуживания.

9. Число клиентов.

V. Показатели кадрового состава:

1. Уровень квалификации производственного персонала.

2. Расходы по подготовке и переподготовке персонала.

3. Уровень подготовки сбытового персонала в технической области.

VI. Технологические показатели:

1. Применяемые стандарты и степень их совместимости.

2. Новые продукты.

3. Расходы на НИОКР.

Используя данные показатели, составим модель конкурентоспособности предприятий транспортной инфраструктуры, преобразовав показатели, предложенные Ф. Котлером для транспортных предприятий.

Мы добавили следующие показатели:

1) финансовые показатели: запас финансовой прочности, коэффициент текущей ликвидности, коэффициент абсолютной ликвидности;

2) показатели производства: износ оборудования, использование производственной мощности;

Модель расчета конкурентоспособности транспортной услуги

Показатели	Единица измерения	Эталон транспортной услуги	Оцениваемая транспортная услуга		Значимость
			Абсолютное значение показателя	Единица показателя	
1. Финансовые показатели				=Абсолютное значение	
1.1. Норма прибыли	%	70		показателя /	0,1
1.2. Рентабельность продаж	%	30		Эталонный	0,1
1.3. Рентабельность активов	%	30		показатель	0,1
1.4. Рентабельность собственного капитала	%	30			0,1
1.5. Запас финансовой прочности	%	70			0,2
1.6. Коэффициент текущий ликвидности	%	2			0,2
1.7. Коэффициент абсолютной ликвидности	%	2			0,2
Сводный индекс					
2. Показатели производства				=Абсолютное значение	
2.1. Использование транспорта	%	100		показателя /	0,3
2.2. Использование производственной мощности	%	100		Эталонный	0,3
2.3. Износ оборудования	%	0		показатель	0,4
Сводный индекс					
3. Маркетинговые показатели				=Абсолютное значение	
3.1. Доля рынка	%	60		показателя /	0,4
3.2. Реклама	Есть/нет	Есть		Эталонный	0,3
3.3. Диверсификация услуг	Есть/нет	Есть		показатель	0,3
Сводный индекс					
4. Показатели кадрового состава				=Абсолютное значение	
4.1. Профессионализм кадров	Высокий/низкий	Высокий		показателя /	0,5
4.2. Соответствие наличия кадров потребности	Да/нет	Да		Эталонный	0,5
Сводный индекс					
5. Технологические показатели					
5.1. Соблюдение стандартов	Да/нет	Да			
5.2. Соблюдение системы качества	Да/нет	Да			
Сводный индекс					
Интегральный показатель					
Относительный показатель					

3) маркетинговые показатели: диверсификация услуг.

Опишем каждый из них. Финансовые показатели определяют платежеспособность, финансовую устойчивость предприятий, которая необходима для поддержания должного уровня конкурентоспособности. Норма прибыли представляет собой соотношение авансированного капитала и прибыли, полученной от деятельности компании. Чем выше норма прибыли, тем более эффективно предприятие. Нормативное значение нормы прибыли - 70 %²; соответственно, те компании, которые имеют норму прибыли 70 % или выше, являются абсолютно конкурентоспособными по данному показателю, т.е. единичный показатель равен единице. Рентабельность показывает соотношение прибыли с другими показателями затрат и доходов, и также является

характеристикой эффективности транспортного предприятия. Нормативное значение составляет 30 %³. Запас финансовой прочности характеризует величину нераспределенных финансовых средств, оставшихся после уплаты налогов. Идеальным является значение, равное 70 %⁴. Ликвидность активов показывает их способность быстро переходить в денежные средства. Чем ликвиднее активы, тем предприятие с большей вероятностью сможет ответить по своим обязательствам в случае непредвиденных событий. Нормативное значение ликвидности - 2.

Производственные показатели характеризуют производственную деятельность компании. Показатели использования транспорта показывают, существуют ли простои в основных средствах или нет, идеальное значение - 100 %. Насколько полностью использованы мощности,

важно для определения конкурентоспособности, его значение также 100 %. Нормативное значение износа оборудования - 0 %, поскольку оборудование должно постоянно обновляться.

Маркетинговые показатели характеризуют функционирование компании на рынке. Чем выше доля рынка у компании, тем меньше конкуренции со стороны других компаний, оказывающих транспортные услуги. Наличие рекламы необходимо для привлечения клиентов, ее наличие можно отметить как максимальное значение единичного показателя - 1, ее отсутствие - как 0. Чем больше диверсификация услуг, тем больше возможности у предприятий менять ориентацию на те услуги, которые пользуются большим спросом.

Показатели кадрового состава характеризуют обеспеченность компании профессиональными сотрудниками. Профессионализм кадров может быть высоким или низким. Кадры могут соответствовать или не соответствовать потребности предприятия.

И последние, технические, показатели отражают, насколько компания соблюдает стандарты и системы качества.

В таблице изображена модель конкурентоспособности транспортной услуги.

С помощью данной модели можно определить конкурентоспособность любого предприятия транспортной инфраструктуры, узнать его узкие места, а также выявить направления совершенствования конкурентных показателей для того, чтобы повысить свой рейтинг на рынке транспортной инфраструктуры.

¹ Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент : Экспресс-курс / пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб., 2002.

² Анализ финансовой отчетности : учеб. пособие / сост. О.А. Толпегина. М., 2009.

³ Бухгалтерский учет, анализ и аудит / М.Н. Фурсова [и др.] // Сайт цифровых учебно-методических материалов ВГУЭС. URL: abc.vvsu.ru.

⁴ Там же.

Поступила в редакцию 02.03.2013 г.