

КОНКУРЕНЦИЯ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ

Теплов Александр Владимирович

магистрант 2 курса, факультет «Политехнический институт»

Девятина Джамиля Шаяровна

магистрант 1 курса, факультет «Политехнический институт»

Лобынцева Ольга Алексеевна

магистрант 1 курса, факультет «Политехнический институт»

научный руководитель: **Бодров Андрей Сергеевич**

кандидат технических наук, доцент

Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева, г. Орел

Аннотация. На сегодняшний день автотранспортная отрасль Российской Федерации квалифицируется высокими темпами развития научно-технической базы, обеспечивающая стремительный рост новых и высокоэффективных автотранспортных материалов, и инновационных автотранспортных технологий. Особенно важно отметить, что в современных экономических условиях каждой организации важно верно оценить сложившуюся экономическую ситуацию, чтобы применяемые методы конкуренции, соответствовали Российской экономической ситуации и дальнейшего ее развития, так же для определения специфических особенностей предоставления автотранспортных услуг на Российском рынке и выбора конкурентной стратегии.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, автотранспортная деятельность, рынок автотранспортных материалов, конкурентная среда, законодательная база.

В современных экономических условиях с возрастанием потенциала страны автотранспортной сфере уделяется достаточно много внимания для дальнейшего благополучного развития строительной экономической отрасли. На сегодняшний день автотранспортная отрасль Российской Федерации квалифицируется высокими темпами развития научно-технической базы, обеспечивающая стремительный рост новых и высокоэффективных автотранспортных материалов, и инновационных автотранспортных технологий.

Главная цель конкурирующей автотранспортных предприятий, как и любой другой коммерческой организации на рынке – это реализация и удовлетворение потребностей общества с целью получения прибыли или рыночного дохода.

Особенно важно отметить, что в современных экономических условиях каждой организации важно верно оценить сложившуюся экономическую ситуацию, чтобы применяемые методы конкуренции, соответствовали Российской экономической ситуации и дальнейшего ее развития, так же для определения специфических особенностей предоставления автотранспортных услуг на Российском рынке и выбора конкурентной стратегии.

Конкурентная стратегия – это обобщенная модель действий и совокупность правил, которыми должно руководствоваться предприятие при принятии решений для достижения и долгосрочного поддержания конкурентоспособности. [1]

Организация, реализуя свою деятельность одновременно применяет две стратегические установки:

- монополизация рынка;
- интеграция своей деятельности в единый процесс функционирования рынка.

В соответствии с первой установкой, деятельность фирмы направлена на уменьшение числа конкурентов, согласно второй – на обеспечение устойчивости путем сокращения степени риска за счет краткосрочного или долгосрочного совместной деятельности с другими организациями. [2]

Определение и сочетание стратегий реализуется автотранспортными организациями в соответствии с содержательной и ролевой функциями организации.

Выбор конкурентной стратегии организации определяется необходимостью правильного выбора метода оценки своей конкурентоспособности, так же для отслеживания своих существенных отличительных характеристик предоставления услуг, которые свойственны автотранспортному рынку. Прежде всего к ним относятся: услуги, связанные с разработкой проектов, так и с самим руководством автотранспортного процесса.

Для определения собственных недостатков и преимуществ автотранспортного предприятия необходимо изучать и анализировать собственную конкурентоспособность, чтобы выработать собственную успешную конкурентную стратегию.

Условия достижения уровня конкурентоспособности охарактеризовывается, как конкурентная позиция, которая определяется, как внутренним состоянием компании, но и в то же время, как совокупным воздействием на нее факторов внешней среды. [3]

Конкурентная среда после кризиса 2015-2016 годов стала более открытой. Из поля зрения исчезли компании, о которых ничего не было известно, рынок стабилизировался, поэтому для организаций, настроившихся на продуктивную и гибкую работу, он стал понятен и прозрачен. Как правило, компании, которые сегодня участвуют в конкурсе на выполнение, допустим, проектных работ, владеют информацией друг о друге вплоть до личного знакомства. Вместе с тем уровень конкуренции в автотранспортной отрасли сегодня эксперты оценивают,

как средний. [6]

Конкуренцию на рынке никак нельзя назвать здоровой. В последние два года с рынка по разным причинам уходят малые и средние автотранспортные фирмы, растет число банкротств подрядных компаний. [4] Отрасль задыхается из-за порочной практики неплатежей за выполненные работы, в том числе и за сданные в эксплуатацию объекты. Естественно, конкурентная среда имеет перекос в сторону крупных игроков, способных более успешно, чем малые и средние предприятия, участвовать в тендерных процедурах. [5]

Список литературы:

1. Блохин В.Н. Проблемы строительного комплекса России // Проблемы современного состояния и прогнозирования развития строительного комплекса: сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции. – Нижний Новгород, 25 ноября 2015 г.
2. Горбашко, Е.А. Конкуренция и конкурентообразующие факторы / Е.А. Горбашко. – Санкт-Петербург: Агентство «Пресса», 2016. - С. 50-52.
3. Перухин А.М. Оценка и управление конкурентоспособностью строительно- монтажных организаций: автореф. дис. канд. экон. наук. – М., 2004.
4. Строительство в России. 2016: Стат. сб. / Росстат. - М., 2016. – 111с.
5. Деловой климат в строительстве 2016. - М. - НИУ ВШЭ, 2017. – 20с.
6. Сабаевская Я. Обзор рынка строительных материалов на первое полугодие 2017 года [Электронный ресурс] // Оценочная и экспертная организация «КиТ оценка». – Режим доступа: <http://kitocenka.ru/obzor-rynka-stroitelnykh-materialov> (дата обращения: 28.12.2018).