

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Сырская Вероника Евгеньевна
Научный руководитель - А.Ф. Зубрицкий

В условиях высокой насыщенности рынка автомобильных перевозок, превышения на нем предложения над спросом каждому автотранспортному предприятию (АТП) приходится вести жесткую борьбу за предпочтения потребителя. Множество АТП одновременно предлагают одинаковые или различные способы удовлетворения одной и той же потребности клиента на равных или незначительно варьирующихся ценовых условиях. В этой ситуации предпочтение потребителя отдается услугам, которые в маркетинге определяются как конкурентоспособные.

В общих чертах конкурентоспособность можно определить, как комплексную многоаспектную характеристику автотранспортных услуг, определяющую их предпочтение на рынке, по сравнению с аналогичными услугами конкурентов, как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на ее удовлетворение. Это обеспечивает возможность реализации данной услуги в определенный момент времени на конкретном рынке. Отсюда следует, что конкурентоспособность обуславливается качественными и стоимостными особенностями услуги, которые учитываются потребителем согласно их непосредственной значимости для удовлетворения потребностей. При этом среди аналогичных услуг большей конкурентоспособностью на рынке обладает та, которая благодаря своим свойствам обеспечивает наибольший полезный эффект по отношению к цене потребления.

Превышение предложения над спросом требует от АТП гибкости хозяйственной политики, способности к нововведениям, выбору правильных направлений политики капитальных вложений, создание конкурентоспособных услуг за счет качества и снижения издержек. Конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта более полно раскрывается через систему ее показателей. Они представляют собой совокупность критериев количественной оценки уровня конкурентоспособности перевозок.

Важнейшим и практически единственным экономическим показателем продукции автомобильного транспорта является тариф.