

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ (ФИРМ)

Конкурентная стратегия развития региональных автотранспортных организаций (фирм) является основой завоевания рыночных позиций и получения выгод от реализации конкурентных преимуществ. Общая стратегия региональных автотранспортных организаций (фирм) имеет структуру, которая предполагает наличие трех основных блоков стратегий: корпоративную, бизнес-стратегию и функциональную, совокупность которых составит основу их портфельной стратегии на рынке услуг. Необходимо отметить, что данные блоки различаются масштабностью задач и степенью детализации разработки. Для дальнейшего функционирования региональным автотранспортным организациям (фирмам) на рынке услуг необходимо пересмотреть «портфельную» стратегию, сосредоточив внимание на наиболее перспективных грузо-перевозках, способных обеспечить данным организациям необходимый рост и увеличение доходов от оказания автотранспортных и дополнительных услуг.

Важнейшим инструментом совершенствования деятельности региональных автотранспортных организаций (фирм) на рынке должен стать перманентный анализ, выполняемый любым из наименее затратных методов (см. таблицу).

SWOT-анализ автотранспортной организации «Облагропромтранс»

Достоинства	Недостатки
Многолетний опыт работы	Несовершенная структура организации
Наличие производственных площадей	Высокая степень изношенности подвижного состава
Система тарифов	Сезонность большинства предоставляемых услуг
Гарантированный срок доставки	Простой подвижного состава
Наличие постоянных клиентов	Неплатежи заказчиков
Наличие машин различных типов и грузоподъемности	Нехватка собственных денежных средств
Укомплектованность высококвалифицированными кадрами	Слабая работа с потребителями
Наличие необходимого оборудования и кадров соответствующей квалификации для обслуживания автомобилей	Отсутствие системного анализа производственно-экономической деятельности
	Отсутствие единой информационной системы

Возможности	Угрозы
Диверсификация деятельности Организация дополнительных качественных услуг Расширение сегмента рынка Увеличение спроса на перевозки Применение компьютерных технологий	Нестабильность рыночных отношений Конкуренция

Выполненные исследования показали, что для средних и крупных региональных автотранспортных организаций (фирм) целесообразно создание службы маркетинга, отдела логистики, в функции которых входят изучение отраслевого рынка, определение круга потенциальных потребителей услуг, пользующихся спросом, изучение конкурентов и их предложений, выработка рекомендаций по планированию и оптимизации оказываемых услуг и выбору наиболее выгодных для организации рыночных сегментов в соответствии с имеющимися у нее ресурсами и возможностями, планирование и организация рекламной кампании, стимулирование спроса на услуги, оценка эффективности деятельности организации и координация ее подразделений.

Стратегические задачи и условия формирования конкурентоспособной и эффективной системы автотранспортного обслуживания регионов — дальнейшее углубление диверсификации и инновационное развитие автотранспортных организаций (фирм), интеграция всех функций в цепи доставки продукции от организаций-производителей до потребителей. При этом диверсификация производства проводится с целью расширения рыночной активности автотранспортных организаций (фирм), использующих свои финансовые ресурсы не только для поддержания и развития основного бизнеса, но и на освоение новых видов услуг, создание новых производств (создание транспортно-логистического центра и его диверсификация по отраслям).

*И.Г. Зуграе, канд. экон. наук
КТУМ (Кишинев, Молдова)*

АСПЕКТЫ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И ПУТИ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМА ИХ УПРАВЛЕНИЯ

В настоящее время большинство предприятий потребительской кооперации Республики Молдова, как и многие другие хозяйствующие субъекты, испытывают финансовые затруднения, связанные как с внешними, так и с внутренними общегосударственными проблемами. Исхо-