

тем, что он создавался в условиях глобального кризиса, что значительно усилило экономические плюсы от интеграции. В случае Беларуси региональная интеграция обеспечила дополнительные гарантии доступа на рынки стран ЕАЭС, а также возможность привлечения внешнего финансирования через Евразийский фонд стабилизации и развития.

Источники

1. *Grossman, G.* Innovation and Growth in the Global Economy / G. Grossman, E. Helpman. — Cambridge, Mass. : MIT Press, 1991. — 359 p.
2. *Dollar, D.* Trade, Growth, and Poverty / D. Dollar, A. Kray // *Econ. J.* — 2004. — Vol. 114, iss. 493. — F1–F184.
3. *Winters, L.* Trade Liberalisation and Economic Performance: an Overview / L. Winter // *Econ. J.* — 2004. — Vol. 114, iss. 493. — F4–21.
4. *Stiglitz, J.* Globalization and Its Discontents / J. Stiglitz. — New York : W.W. Norton and Company, 2002. — 304 p.
5. *Енин, Ю. И.* Мировой кризис и преодоление его негативных последствий для экономики средних и малых стран / Ю. И. Енин, А. А. Пилютик. — Минск : Право и экономика, 2014. — 149 с.
Enin, Y. I. Global crisis and overcoming of its negative consequences / Y. I. Enin, A. A. Pilutik. — Minsk : Law and Economics, 2014. — 149 p.
6. Policy challenges from closer international trade and financial integration: dealing with economic shocks and spillovers. — Paris : OECD Publ., 2018. — 45 p. — (OECD Economic Outlook, Vol. 2018, Iss. 1).
7. *Maravalle, A.* Investigating Changes in Economic and Financial Synchronisation: A Global Factor Analysis / A. Maravalle, L. Rawdanowicz. — Paris : OECD Publ., 2018. — (OECD Economics Department Working Papers).
8. *Melo, L.* External Shocks and Asset Prices in Latin America before and after Lehman Brothers' Bankruptcy / L. Melo, H. Rincon. — Banco de la Republica de Colombia, 2012. — 50 p. — (Borradores de Economia, 704I).
9. *Енин, Ю. И.* Формирование региональных интеграционных объединений на постсоветском пространстве / Ю. И. Енин, Н. С. Шелег. — М. : Постоян. Ком. Союз. гос-ва, 2003. — 111 с.
Enin, Y. I. Development of regional integration agreements on post-soviet area / Y. I. Enin, N. S. Sheleg. — Moscow : Standing Comm. of the Union State, 2003. — 111 p.
10. Евразийский экономический союз / Е. Ю. Винокуров [и др.] ; под ред. Е. Ю. Винокурова. — СПб. : ЦИИ ЕАБР, 2017. — 296 с.
Eurasian Economic Union / E. J. Vinokurov [et al.] ; ed. E. J. Vinokurov. — St Petersburg : EDB Centre for Integration Studies, 2017. — 296 p.

Статья поступила в редакцию 19.12.2018 г.

УДК 338.28:664

A. Efimenko
MSUF (Mogilev)

THE APPLICATION OF METHOD OF FUZZY SETS IN THE EVALUATION OF THE COMPETITIVENESS OF SERVICES

In the article the technique of an estimation of competitiveness of the motor transportation enterprises on the services market. The strategic directions and conditions of formation of market system of transport service which basis is increase of competitiveness of the motor transport organizations are proved.

Keywords: competitiveness; evaluation; strategy; development.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА НЕЧЕТКИХ МНОЖЕСТВ В ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ

В статье предложена методика оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий на рынке услуг. Обоснованы стратегические направления и условия формирования рыночной системы транспортного обслуживания, основой которого является повышение конкурентоспособности автотранспортных организаций.

Ключевые слова: конкурентоспособность; оценка; стратегия; развитие.

На современном этапе функционирование и формирование отраслевых рынков должно отвечать важнейшим принципам суверенитета государства, а также способности интеграции экономики Беларуси в мировую хозяйственную систему. Особое внимание будет уделено «...развитию экспорта транспортных услуг путем создания условий для привлечения транзитных грузопотоков на территорию республики, расширения географии перевозок и проведения согласованной транспортной политики в рамках ЕАЭС» [1, с. 61].

В условиях конкуренции для Республики Беларусь, ставшей на путь рыночных экономических преобразований, актуальным направлением является формирование механизма взаимодействия транспорта с другими отраслями экономики, предусматривающего, с одной стороны, качественное и полное удовлетворение потребностей в перевозках, а с другой — соблюдение экономических интересов транспорта и эффективное использование его ресурсов.

Решение проблемы становления рынка транспортных услуг и создание соответствующей инфраструктуры зависит от ряда условий, к которым следует отнести общее состояние экономики, проводимую экономическую политику, наличие конкурентной среды. Неоднозначность решения данной проблемы вызвала необходимость проведения исследований, позволяющих обосновать стратегические направления эффективного развития отраслевых рынков, в том числе рынка транспортных услуг с учетом повышения конкурентоспособности.

Существует несколько способов оценки конкурентоспособности: на основе теории эффективной конкуренции, на основе теории равновесия, матричные методы, метод И. Ансоффа, на основе финансового подхода и с позиций качества. Оценка с позиций теории эффективной конкуренции акцентируется на определении конкурентоспособности отрасли, что не совсем приемлемо для отдельной автотранспортной организации. Согласно теории равновесия конкурентоспособность организации зависит от его способности использовать факторы производства с большей производительностью, чем конкуренты. Данная теория применима в условиях развитой конкуренции. Матричные методы позволяют совместить изучение внешних и внутренних факторов конкурентоспособности транспортных организаций, установить линии связи между его силой и слабостью, внешними угрозами и возможностями. Однако данные методы не дают количественной оценки уровня конкурентоспособности, хотя это важно для практики транспортных организаций. Наиболее широкое распространение имеет метод И. Ансоффа и оценка с позиций качества, который определяет конкурентоспособность формирований как рентабельность стратегических инвестиций, откорректированных на степень оптимальности стратегии и потенциала организации [2]. Трактовка конкурентоспособности И. Ансоффом близка к толкованию конкурентного преимущества М. Портером. В обеих

концепциях на первый план выходит соотношение фактической и базовой продуктивности использования ресурсов фирмы, однако М. Портер не конкретизирует показатели продуктивности [1]. Используемые оценочные показатели деятельности автотранспортных предприятий на рынке услуг (выполнение договорных заданий по объемам перевозок, грузообороту, доходам и прибыли) не учитывают качество обслуживания заказчиков.

Основные показатели работы грузовых автомобильных транспортных средств специализированных организаций Республики Беларусь отражены в табл. 1.

Таблица 1. Основные показатели работы грузовых автомобильных транспортных средств

Год	Перевезено грузов, млн т	Грузооборот, млн т-км	Средняя дальность перевозки 1 т груза, км
2010	109,8	12 012	109,4
2011	115,4	13 642	118,2
2012	110,3	16 136	146,2
2013	114,7	18 863	164,5
2014	111,5	19 727	176,9
2015	101,5	17 862	176,1
2016	93,4	19 325	178,2
2017	96,5	20 891	178,4
2017 г. к 2010 г., +, -	-13,3	+8879	+69,0

Источники: составлено автором.

Выполненный анализ показал, что за 2010–2017 гг. произошло снижение объема грузоперевозок на 13,3 млн т, грузооборот вырос на 8879 млн т-км, средняя дальность перевозки 1 т грузов увеличилась на 69 км.

Частный сектор на рынке транспортных услуг интенсивно осваивает самые выгодные по доходам сферы: междугородные перевозки дизельными автомобилями с кузовами типа фургон, грузоподъемностью свыше 15 тонн; внутриреспубликанские перевозки с использованием бортовых дизельных автомобилей, грузоподъемностью в пределах 7–10 т и городские перевозки мелкопартионных грузов грузоподъемностью до 1,5 т.

Оценка конкурентоспособности государственных автотранспортных предприятий АПК на рынке услуг выполнена с помощью метода нечетких множеств. Для выявления вариантов по совокупности критериев необходимо иметь в распоряжении информацию о важности критериев и типах возможных отношений между ними. Метод нечетких множеств предоставляет различные средства для учета взаимных отношений критериев: использование весовых коэффициентов, нечеткие отношения предпочтения, нечеткий логический вывод на правилах определения лучшей альтернативы и т.д. В данном случае конкурентоспособность автотранспортных организаций АПК на рынке услуг является синтезом объективного (уровень спроса) и субъективного (степень удовлетворения заказчика).

Данный метод использовался при оценке конкурентоспособности автотранспортных подразделений Могилевского областного унитарного автотранспортного предприятия «Облагпромотранс»: автотранспортного предприятия «Агропромтранс» Бобруйска и «Кричевмежрайтранс», государственных автотранспортных подразделений (Круглянского, Шкловское, Чаусское, Горецкое, Быховское, Заднепровское и Городское). В качестве экспертов выступали специалисты данных подразделений, экспертная оценка которыми проводилась в несколько этапов. На первом этапе был определен состав пара-

метров, которые можно рассматривать как существенно влияющие на решение клиентов о покупке автотранспортных услуг и конкурентоспособность организаций в целом. Экспертами из 30 предложенных показателей были выбраны следующие: тариф на автотранспортные услуги, эффективность единой информационной системы обеспечения внешнеэкономической деятельности (ВЭД) автотранспортных организаций АПК, коэффициент финансового риска автотранспортных организаций АПК на рынке услуг, уровень спроса на автотранспортные услуги в АПК с учетом особенностей сельскохозяйственного производства, наличие кадров соответствующей квалификации в автотранспортных организациях АПК, организационная структура автотранспортных организаций АПК, износ грузового автотранспорта АПК, уровень механизации погрузочно-разгрузочных работ, рентабельность совокупного капитала, а также степень реализации государственных целевых программ развития грузового автотранспорта.

На втором этапе оценивалась значимость каждого параметра экспертами. Для этого каждый эксперт ранжировал параметры на основе качественных и количественных характеристик. Затем определялись коэффициенты относительной значимости («веса») каждого из параметров.

Результатом применения методики является числовое значение конкурентоспособности, которое представляет собой построенный при помощи математического аппарата нечеткой логики интегральный критерий. При построении интегрального критерия учитываются веса показателей. Допустимый уровень конкурентоспособности начинается с 50 %, наивысший — при показателе равном 100 %.

Сводная оценка конкурентоспособности государственных автотранспортных предприятий на рынке услуг представлена в табл. 2.

Таблица 2. Оценка конкурентоспособности автотранспортных предприятий

Наименование организации	Интегральная оценка	Группы (А, В и С) и диапазон значений
Агропромтранс г. Бобруйска	0,643	А — высокий уровень (0,6–1)
Кричевмежрайтранс	0,636	А
Государственные автотранспортные предприятия: Круглянское	0,431	В — средний уровень (0,4–0,6)
Шкловское	0,419	В
Чаусское	0,361	С — низкий уровень (0–0,4)
Горецкое	0,449	В
Быховское	0,370	С
Заднепровское	0,336	С
Городское	0,596	В

Источники: составлено автором.

Данные, приведенные в табл. 2, показывают, что высокой конкурентоспособностью отличаются автотранспортные подразделения «Агропромтранс» Бобруйска и «Кричевмежрайтранс», средней — Круглянское, Горецкое и Городское и низкой — Чаусское, Быховское и Заднепровское. Основными причинами слабой конкурентной позиции Чаусского, Быховского и Заднепровского автотранспортных подразделений являются недостаточное владение состоянием спроса на автотранспортные услуги, низкие технико-эксплуатационные характеристики грузового автотранспорта, неэффективная реклама, завышенные тарифы на услуги, нерешенные производственные проблемы и в целом отсутствие конкурентной политики и стратегии их развития.

Применение методики позволяет расширить инструментарий мониторинга конкурентоспособности государственных автотранспортных предприятий АПК, использовать данные результаты для расчета резервов повышения эффективности производства, оперативно принимать управленческие решения исходя из целей предприятий, внешних условий и требований рынка.

Одним из направлений повышения конкурентоспособности услуг является разработка стратегий развития автотранспортных предприятий, которые являются основой завоевания рыночных позиций и получения выгод от реализации конкурентных преимуществ. Это стратегия лидерства в издержках (себестоимости) дает преимущество, основанное на установлении оптимальной структуры затрат (например, за счет выгодного месторасположения, перевода автомобилей на газовое топливо, экономии за счет улучшения организации труда и др.), что позволяет привлекать дополнительные сегменты потребителей.

Дифференциация производства означает, что автотранспортные предприятия АПК стремятся к уникальности и исключительности в аспектах, важных для потребителей (доступность, надежность, удобство пользования, дизайн, сервис и др.), а также приспособление к нуждам определенных групп (пополнение парка грузовых автомобилей, пользующихся спросом на рынке услуг как по конструкции кузова (самосвалы, фургоны, рефрижераторы), так и по грузоподъемности (до 3 т и свыше 15 т)). Диверсификация производства с целью расширения рыночной активности автотранспортных предприятий АПК, использующих 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 видам деятельности). В зависимости от отраслевой принадлежности в Беларуси создаются транспортно-логистические, оптово-логистические (торговые) и многофункциональные логистические центры.

Перспективным направлением является создание новых рынков, способствующих использованию новейших технологий, изменению потребностей клиентуры, появлению новых возможностей и инструментов для размещения финансов и управления рисками (создание инновационного кластера, формирование единого информационного пространства, оптимизация движения автомобильного транспорта с помощью «бортовых» компьютеров).

Стратегия синергизма характеризует ситуацию в деловой практике, когда совокупный результат превосходит сумму отдельных эффектов (например, при комплексном транспортно-экспедиционном обслуживании заказчиков по сравнению с обычной организацией процесса доставки грузов). Необходим системный подход, стимулирующий наращивание объемов производства и обеспечивающий меры по поддержанию требуемого уровня развития инфраструктурных мощностей. Наиболее эффективный инструмент в условиях конкуренции — государственно-частное партнерство, консолидация рынка и создание совместных компаний.

В зарубежной и отечественной экономической науке методические подходы к оценке конкурентоспособности автотранспортных предприятий исследованы не в полной мере. Это объясняется как многоаспектностью теоретических подходов, так и необходимостью учета отраслевой специфики их функционирования и развития на современном этапе. Проведенные исследования показали, что в повышении конкурентоспособности автотранспортных предприятий важное значение имеет освоение новых рынков и поиск новых заказчиков и клиентов. С этой целью организациям необходимо провести рекламную кампанию, которая бы продемонстрировала конкурентные преимущества. Конкурентное преимущество — это превосходство над конкурентами, позволяющее завоевать более прочные позиции на рынке по сравнению с конкурентами и получить желаемую прибыль, которое достигается путем предоставления потребителям больших благ,

за счет реализации более дешевой продукции (услуг) или предложения высококачественных продуктов (услуг), но по оправданно более высокой цене. При этом автотранспортные предприятия для обеспечения рентабельности производства должны иметь сильные позиции по отношению к конкурентам, проявляющиеся в основном в двух типах конкурентных преимуществ: в экономии издержек, а также в дифференциации (или специализации). Под экономией издержек понимается не просто меньшая сумма затрат на производство продукции (работ, услуг), чем у конкурентов, а способность автотранспортных предприятий реализовывать продукцию (работы, услуги) более эффективно, чем конкуренты. Экономия издержек достигается в автотранспортных предприятиях за счет улучшения основных технико-экономических показателей и расширения перечня выполняемых транспортно-экспедиционных услуг. При этом вся деловая деятельность автотранспортных предприятий должна быть направлена на достижение конкурентных преимуществ и в завоевании прочных позиций на рынке. Под конкурентным преимуществом «дифференциация и специализация» понимается не сосредоточение всех маркетинговых усилий автотранспортных организаций на оказании определенного вида транспортных услуг, а способность удовлетворять специфические потребности клиентов и получать за это премиальную цену, т.е. более высокую цену, чем у конкурентов. Особое внимание будет уделено развитию экспорта транспортных услуг путем создания условий для привлечения транзитных грузопотоков на территорию республики, расширения географии перевозок и проведения согласованной транспортной политики в рамках ЕАЭС.

Источники

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года / Экон. бюл. НИЭИ М-ва экономики Респ. Беларусь ; редкол.: Я. М. Александрович [и др.]. — 2015. — № 4. — С. 6–99.
2. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. — СПб., 1999. — 414 с.
Ansoff, I. Novaya korporativnaya strategiya / I. Ansoff. — SPb., 1999. — 414 s.
3. Портер, М. Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран : пер. с англ. / М. Портер ; под ред. В. Д. Щетинина. — М. : Междунар. отношения, 1993. — 896 с.
Porter, M. Mezhdunarodnaya konkurentsia: konkurentnye preimushchestva stran : per. s angl. / M. Porter ; pod red. V. D. Shchetinina. — M. : Mezhdunar. otnosheniya, 1993. — 896 s.

Статья поступила в редакцию 20.12.2018 г.

УДК 338.48(476)

M. Zhudro
BSEU (Minsk)
N. Zhudro
BNTU (Minsk)

INSTITUTIONAL ASPECTS OF DEVELOPMENT OF CORPORATE INTERACTION OF SMART BUSINESS STAKEHOLDERS

The article investigates the institutional aspects of the development of corporate interaction of smart business stakeholders. The design of formation of intra- and inter-firm business communications of investors, entrepreneurs, managers, personnel of enterprises of the Republic is substantiated. The implementation of the design involves the following triad: the desire of entrepreneurs to create the best option from their point of view, intra- and inter-firm network, cluster business communications, the possibility of attracting high-tech invest-