

Т. Қодиров,
катта илмий ходим-изланувчи, ТАЙИ

АВТОМОБИЛЬ ТРАНСПОРТИ ХИЗМАТЛАРИ РАҚОБАТДОШЛИГИНИ БАҲОЛАШГА УСЛУБИЙ ЁНДАШУВ

Для эффективного управления конкурентоспособностью предприятия и его продукции необходимо наличие объективных инструментов ее оценки. Выявление наиболее значимых числовых показателей конкурентоспособности и возможностей их интегрирования актуализирует необходимость изучения современных подходов ее оценки. В данной статье исследованы дифференцированные и комплексные методы оценки конкурентоспособности предприятий, товаров и услуг. Предложен общий алгоритм обеспечения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта на основе оценки технико-эксплуатационных и экономических показателей.

For effective management of competitiveness of the enterprise and its products must have an objective tool to assess it. Identifying the most significant numerical indicators of competitiveness and their possible integration actualizes the need to examine current approaches to assess it. This article investigates the differentiated and integrated assessment methods competitiveness of companies, products and services. Proposed general algorithm to ensure the competitiveness of road transportation services based on an assessment of technical and operational and economic performance.

Калит сўзлар: рақобат, рақобатдошлик, маҳсулот, хизматлар рақобатдошлиги, автомобиль транспорти, услубият, алгоритм.

Ишлаб чиқариш инфратузилмаси, авваламбор, автомобиль ва темир йўлларнинг ривожланган тизими, уларнинг самарали фаолияти ишлаб чиқаришдаги умумий харажатларни камайтиришнинг муҳим шарти ва омилидир. Бу эса, ўз навбатида, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва бутун иқтисодиётимизнинг рақобатдошлигини оширади[1].

Иқтисодиётнинг инновацион ривожланишини талаб этувчи бугунги шароитда транспорт-логистика хизматлари кўрсатиш хажми, турлари ва сифатини ошириш, транспорт хизматлари бозорининг иқтисодиёт тармоқлари ривожланишига мутаносиб равишда самарали фаолият юритишини таъминлашда маркетингнинг замонавий концепциясини қўллаш, транспорт рақобатдошлигини оширишнинг методологик асосларини такомиллаштиришни тақозо этади.

Рақобат – бозор иқтисодиётининг асосий элементларидан бири экан, давлатнинг бозорни тартибга солиш фаолиятида самарали рақобат сиёсатини юритиш алоҳида аҳамият касб этади. Республика ҳукумати томонидан бу йўналишда амалга оширилаётган чора-тадбирлар сифатида рақобат муҳитини янада ривожлантириш мақсадида 1996 йилда “Товар бозорларида монополистик фаолиятни чеклаш ва рақобат тўғрисида”ги Қонун қабул

қилиниб, унинг ўрнига 2012 йил 6 январдан “Рақобат тўғрисида”ги янги қонун кучга кирди[2]. Мазкур қонун рақобат соҳасидаги муносабатларни тартибга солувчи алоҳида меъёрий ҳужжатларнинг жамланишини таъминлаши билан бирга, бу борадаги фаолият самарадорлигини ошириш, товар ва хизматлар бозоридаги рақобат муҳитини янада яхшилаш имкониятини бериши билан муҳим аҳамиятга эга.

Ўзбекистоннинг географик жойлашуви ва ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари ҳисобига мамлакат транспорт тизимида автомобиль транспорти етакчи мавқега эга бўлиб, транспортнинг ушбу тури зиммасига умумий ташилаётган юкларнинг 90 фоизи, йўловчиларнинг – 97 фоиздан кўпроғи тўғри келади.

Тармоқ корхоналарида замонавий ҳаракат воситалари билан етарли даражада таъминланмаганлик ҳамда улардан фойдаланиш унумдорлигининг пастлиги соҳанинг рақобатдошлигига салбий таъсир этибгина қолмай, хизмат кўрсатиш таннархи ва баҳосининг ошишига ҳамда иқтисодиётда яратилаётган маҳсулот ва хизматлар таннархида транспорт ташкил этувчисининг юқори бўлиб қолишига ҳам олиб келмоқда.

Ҳар қандай ҳўжалик юритувчи субъектнинг рақобат устунликларини оширишга унинг жорий рақобатдошлик даражасини аниқлаш имкониятини берувчи мезонларсиз ҳамда уларни баҳолашда илмий асосланган усулларсиз эришиб бўлмайди. Мавжуд рақобатдошлик даражасини аниқламай туриб, уни ошириш бўйича чора-тадбирлар самарасига баҳо беришнинг имкони йўқ.

Транспорт хизматлари рақобатдошлиги маълум давр оралиғида транспорт хизматлари бозорида корхона муваффақиятини ва рақобатчилар таклиф қилаётган шу турдаги хизматлардан истъеъмол, сифат ва нарх каби мажмуавий тавсифлари устунлигини ифодалайди ҳамда фаолиятни давом эттириш учун етарли ҳажмда даромад олишнинг зарурий шартларидан ҳисобланади.

Рақобатдошлик муайян вақт ва бозорда ўзаро таққослаш орқали аниқланиши мумкин бўлган нисбий кўрсаткич ҳисобланса-да, хусусийлик тавсифига ҳам эгадир. Чунки ҳар бир истъеъмолчи ўз талабини маълум мезонлар асосида баҳолаб, айнан ўз эҳтиёжи ва талабини тўлиқ қондирадиган хизматлардангина фойдаланади. Демак, транспорт хизматлари рақобатдошлигини баҳолашда иккиёқлама – автотранспорт корхоналари ҳамда миқозлар манфаатлари нуқтаи назаридан ёндашув талаб этилади.

Рақобатдошликни таҳлил қилиш ва баҳолашдан қуйида қабул қилинадиган қарорларни асослашда фойдаланиш мумкин[3]:

- транспорт хизматлари рақобатдошлигини ошириш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқиш;
- бозорни комплекс ўрганиш ва корхона фаолияти йўналишларини аниқлаш;
- ишлаб чиқариш салоҳиятини ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқиш;
- транспорт хизматлари кўрсатиш баҳосининг мақбул чегарасини аниқлаш.

Махсус иқтисодий адабиётларни ўрганиш натижалари шуни кўрсатадики:

- умумий ҳолда корхона рақобатдошлиги унинг бозордаги ҳолатини баҳоловчи омиллар мажмуи, маҳсулот сифати кўрсаткичлари ва маркетинг фаолияти самарадорлиги билан аниқланади;

- маҳсулот рақобатдошлиги унинг сифат, нарх, истеъмолчига етказиш, маҳсулотнинг ҳаракати сингари омиллар йиғиндисига боғлиқ бўлиб, улар истеъмолчи нуқтаи назаридан маҳсулот истеъмолидан олинаётган ижобий самара ва истеъмол баҳоси сифатида шаклланади.

- маҳсулот ёки хизматлар рақобатдошлиги корхона рақобатдошлигини таъминлашнинг таянч нуқтаси бўлиб, унинг бозордаги улуши ҳамда у билан боғлиқ бошқа кўрсаткичларни ўзида мужассамлаштиради.

Рақобатдошликни баҳолашда қўлланиладиган барча усулларни эса уч гуруҳга бўлиш мумкин: эвристик (прогноزلанадиган, экспертли усулда аниқланадиган), квалиметрик (сифатни миқдорий баҳолаш) ва комплекс усуллар[4].

Рақобатдошликни баҳолашда унинг объектига нисбатан табақалаштирилган ёки комплекс усуллар қўлланилиши мумкин.

Табақалаштирилган усулда рақобатдошликнинг алоҳида кўрсаткичлари таҳлил қилинади ва таққосланади. Бу усулда таклиф этилаётган маҳсулот ёки хизматлар рақобатдошлигининг алоҳида кўрсаткичлари уларнинг меъёрий, талаб этиладиган ёки намуна қилиб олинган миқдори билан ўзаро таққосланади.

Комплекс усул эса умумлаштирилган, гуруҳланган интеграл кўрсаткичлардан фойдаланишга асосланади.

Корхона ва маҳсулотларнинг алоҳида хусусиятларини умумлаштирувчи рақобатдошликни комплекс баҳолашда амалиётда қуйидаги усуллар нисбатан кенг қўлланилади:

1. Корхона ва маҳсулот рақобатдошлигини комплекс баҳолаш (K):

$$K = \sum_{i=0}^n K_i \quad (1)$$

бу ерда: K_i – корхона ёки маҳсулот рақобатдошлигининг алоҳида кўрсаткичлари, n – кўрсаткичлар сони.

Бу усул оддийлиги билан ажралиб туриб, корхона рақобатдошлигини умумий баҳолашда қўлланилиши мумкин.

2. Рақобатдошликнинг комплекс кўрсаткичини (K) умумлаштирилган рақобат кўрсаткичларининг ўртача вазнли арифметик қиймат асосида аниқлаш:

$$K = \sum_{i=0}^n w_i K_i \quad (2)$$

бу ерда: K_i – корхона ёки маҳсулот рақобатдошлигининг алоҳида кўрсаткичлари, n – кўрсаткичлар сони, w_i – i -кўрсаткич вазни.

Аксарият ҳолларда рақобатдошликнинг алоҳида кўрсаткичлари вазнининг меъёрлаштирилган қийматлари олиниб, уларнинг йиғиндиси 1 га тенг деб қабул қилинади. Шунда рақобатдошлик комплекс кўрсаткичининг

ўлчов бирлиги алоҳида кўрсаткичларнинг ўлчов бирлигига мос келиши таъминланади.

Бу усулдан фойдаланишни А.Артур, Томпсон (кичик) ва А.Ж. Стрикленд ҳамда бошқа бир қатор олимлар тавсия этганлар[5,6].

И. Максимов (2) ифодани қўллаб, корхона рақобатдошлигини ифодаловчи коэффициентлар орасидаги қуйидаги боғлиқликни аниқлаган[7,8]:

$$K_{кп} = 0,15Э_{п} + 0,29Ф_{п} + 0,23Э_{с} + 0,33A_{т} \quad (3)$$

бунда: $K_{кп}$ – корхона рақобатдошлиги коэффициенти; $Э_{п}$ – корхона ишлаб чиқариш фаолияти самарадорлиги мезонининг қиймати; $Ф_{п}$ – корхона молиявий фаолияти мезонининг қиймати; $Э_{с}$ – маҳсулотни сотиш ва бозорда силжитиш самарадорлиги мезонининг қиймати; $A_{т}$ – маҳсулот рақобатдошлиги мезонининг қиймати. **0,15; 0,29; 0,23; 0,33** каби қийматлар эксперт усулида олинган.

Ушбу услуб корхона ва рақобатчилар учун рақобатдошликнинг комплекс кўрсаткичлари ва уларнинг бозордаги улушини аниқлаш имконини беради. Бу ёндашувнинг устунлиги шундаки, ҳар бир алоҳида рақобатдошлик кўрсаткичларининг инобатга олиниши комплекс кўрсаткични юқори аниқликда баҳолаш имконини беради.

Рақобатдошликнинг комплекс кўрсаткичларини баҳолашда у ёки бу услубларни қўллашда қуйидагиларга аҳамият бериш лозим:

1. Корхона ва маҳсулот рақобатдошлиги комплекс кўрсаткичларини аниқлашга хилма-хил ёндашувлар мавжуд бўлиб, уларнинг деярли барчасида рақобатдошликнинг алоҳида кўрсаткичлари йиғиндисидан уларнинг вазнини ҳисобга олган ҳолда фойдаланилади. Ушбу усулларни қўллашда эътибор, энг аввало улардан тадқиқот учун мос келадиганини танлаш ҳамда алоҳида рақобатдошлик кўрсаткичлари вазнини асослашга қаратилади.

2. Амалиётда алоҳида рақобатдошлик кўрсаткичлари вазнларини ҳисоблашда эксперт усулларида фойдаланилади. Эксперт баҳоланишда олинган кўрсаткичлар балларда ҳисобланиб, вазнларнинг ўртача қиймати чиқарилади ва уларнинг йиғиндиси 1 га тенг бўлади. Ушбу услубда i -кўрсаткичнинг вазни қуйидагича аниқланади[7]:

$$q_i = \frac{\sum_{j=1}^N r_{ij}}{\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^N r_{ij_p}} \quad (4)$$

бу ерда: n – экспертлар сони, N – вазни аниқланаётган кўрсаткичлар сони, r_{ij} — i - эксперт томонидан балларда берилган j -омилнинг вазн коэффициенти.

Юқори малакали мутахассислардан экспертлар гуруҳи тузилиб, қарор қабул қилишда уларнинг 2/3 кам бўлмаган овози инобатга олинади. Экспертлар сони қанча кўп бўлса, кўрсаткичларнинг ҳам аҳамияти шунча юқори бўлади. Экспертлар бир-бирига боғлиқ бўлмаган ҳолда ўз қарорларини қабул қиладилар

ва ўзаро фикр алмашиб, бир неча турда жамоавий муҳокама қиладилар. Одатда 3-турдан сўнг қарорлар қабул қилинади.

3. Корхона ва маҳсулот рақобатдошлигининг алоҳида хусусиятларини ифодаловчи кўрсаткичлар ягона бир комплекс кўрсаткичга келтирилиб, олинган натижалар намунавий талаблар билан солиштириб рақобатдошлик даражасига баҳо берилади. Рақобатдошлик хусусиятларини ифодаловчи кўрсаткичлар нисбий ва мутлақ қийматлар кўринишида берилиши мумкин. Нисбий рақобатдошлик кўрсаткичлари амалда олинган алоҳида кўрсаткичларни уларнинг энг юқори қийматларига ёки кучли рақобатчилар мос кўрсаткичларининг қийматларига бўлиш орқали ҳисобланиши мумкин. Бу йўл билан рақобатдошликнинг комплекс баҳоланиши корхона нисбий хусусиятларини ифодалайди. Кучлироқ рақобатчи корхона кўрсаткичлари билан таққослаш асосида комплекс баҳолаш корхонанинг рақобат муҳитидаги ҳолатини ифодалайди

Маълумки, ҳар қандай товар ва хизматларни танлашда истеъмолчилар эҳтиёжларини энг кам харажат билан максимал қондира оладиганини афзал кўрадилар:

$$A_m = \frac{FC}{C_x} \rightarrow \max \quad (5)$$

бу ерда: A_m – афзаллик мезони; FC – фойдалилик самараси; C_x – маҳсулотни сотиб олиш ва ундан фойдаланиш харажатлари.

Ушбу мезон автомобиль транспорти хизматлари учун ҳам бирдай аҳамиятли бўлиб, бундай хизматлар кўрсатиш рақобатдошлигини баҳолашда энг аввало истеъмолчилар талабларини ифодаловчи мезонларга эътибор қаратилиши лозим. Чунки транспорт хизматлари истеъмолчилари уларнинг талаб ва эҳтиёжларини тўлиқ қондира оладиган кўрсаткичларга эътибор қаратадилар ва шу аснода у ёки бу корхона хизматидан фойдаланиш истагини билдирадилар.

Баҳолаш учун танлаб олинган рақобатдошлик кўрсаткичлари уларнинг меъёрий, муайян транспорт хизматлари истеъмолчилари талаб этадиган ёки намуна қилиб олинган хизмат кўрсаткичларидан паст бўлса ушбу транспорт хизматига талаб бўлмайди.

Назарий жиҳатдан транспорт хизматлари рақобатдошлиги мезони икки қийматни қабул қилиб, кўрсатилаётган транспорт хизматлари кўрсаткичлари юқоридаги талаб этилган меъёрларга тўлиқ жавоб берса, – 1, жавоб бермаса – 0 қийматини олади.

Агар меъёрий кўрсаткичлар бир нечта бўлса, уларнинг кўпайтмаси кўринишида ифодаланадиган алоҳида гуруҳ кўрсаткичидан фойдаланилади. Агар уларнинг бирортаси нолга тенг бўлса, ушбу таклиф этилаётган транспорт хизматлари рақобатдош бўла олмайди:

$$J_{mg} = \prod_{i=1}^n q_i \quad (6)$$

бу ерда: $J_{\text{мг}}$ – меъёрий кўрсаткичлар гуруҳи қиймати; q_i – алоҳида меъёрий кўрсаткичларнинг қиймати, n -меъёрий кўрсаткичлар сони.

Автомобиль транспорти хизматлари рақобатдошлигини баҳолаш учун фойдаланиладиган кўрсаткичлар техник-эксплуатацион ва иқтисодий кўрсаткичларга бўлиш мумкин.

Техник-эксплуатацион кўрсаткичлар ёрдамида мижоз ўз эҳтиёжини қондирадиган хизматларнинг бир нечта муқобилидан бирини танлаш имкониятига эга бўлади. Агар у эҳтиёжини тўлиқ қондирадиган хизматни топа олмаса, эҳтиёжларининг зарурлик даражасига қараб мавжуд бозорда таклиф этилаётган хизматлар рўйхатини тартиблаштиради ва унинг талабига мумкин қадар яқинроқ бўлган хизматни танлайди.

Амалиётда техник-эксплуатацион кўрсаткичларни баҳолашда кўпроқ: автомобилларнинг ўртача кунлик ишда бўлиш вақти; ўртача юк кўтариш (йўловчи сифими) қобиляти; техник тайёргарлик коэффиценти; автомобилларнинг ишга чиқиш коэффиценти; йўлдан фойдаланиш коэффиценти; ўртача техник тезлик; ўртача эксплуатацион тезлик; ўртача ташиш масофаси (1 т. юк ёки йўловчи); бир қатновнинг ўртача масофаси, юк кўтариш (йўловчи сифими) қобилятидан фойдаланишнинг статистик ва динамик коэффицентларидан фойдаланилади.

Истеъмолчини қизиқтирадиган техник-эксплуатацион кўрсаткичларнинг муҳимлик даражаси мавжуд эҳтиёжларни қанчалик қондира олиши билан баҳоланади. Бунинг учун ҳар бир эҳтиёж алоҳида бир қиймат тарзида инобатга олинади ва шу эҳтиёжни қондирувчи техник-эксплуатацион кўрсаткичлар талабни қандай даражада қаноатлантирилиши аниқланади:

$$q_i = \frac{P_i}{P_{i_{100}}} 100\% \quad (7)$$

бу ерда: q_i – i -техник-эксплуатацион кўрсаткич индекси; P_i – таклиф этилаётган i -техник-эксплуатацион кўрсаткич қиймати; $P_{i_{100}}$ – эҳтиёжни 100 фоиз қондирувчи i -техник-эксплуатацион кўрсаткичнинг қиймати.

Агар бир вақтнинг ўзида бир нечта техник-эксплуатацион кўрсаткичларнинг жамланма рақобатдошлиги аниқланадиган бўлса, унда қуйидаги ифода ўринли бўлади:

$$J_{\text{тэк}} = \sum_{i=1}^n (q_i a_i) \quad (8)$$

бунда: $J_{\text{тэк}}$ – техник-эксплуатацион кўрсаткичларнинг жамланма индекси; q_i – алоҳида техник-эксплуатацион кўрсаткичлар қиймати; a_i – i -техник-эксплуатацион кўрсаткичнинг вазни (эксперт усулида баҳоланади); n – баҳолашга тегишли техник-эксплуатацион кўрсаткичлар сони.

$J_{\text{тэк}}$ нинг қиймати қанчалик катта бўлса, эҳтиёжларни қондириш даражаси ҳам шунча юқори бўлади. Бироқ бу рақобатдошликни баҳолаш учун етарли бўлмай, кўрсаткич намунадаги хизмат ёки рақобатчиларнинг кўрсаткичлари билан таққосланади:

$$K_{\text{тэк}} = \frac{J_{\text{тэк}}}{J_{\text{тэкp}}} \quad (9)$$

бунда: $K_{\text{тэк}}$ - таклиф этилаётган транспорт хизматларининг техник-эксплуатацион имкониятлари рақобатдошлиги; $J_{\text{тэк}}$, $J_{\text{тэкp}}$. —мос равишда таҳлил қилинаётган корхона ва рақобатчилар хизматлари, техник-эксплуатацион кўрсаткичлар жамланма индекси.

Бозорда таклиф этилаётган транспорт хизматларини баҳолашда, истеъмолчи унинг эксплуатацион хусусиятлари билан бир қаторда иқтисодий кўрсаткичларини (баҳоси) ҳам ҳисобга олади. Иқтисодий кўрсаткичларни баҳолашда транспорт хизматларига бўлган эҳтиёжнинг қондирилиши учун сарф-харажатлар баҳоланади, бунда ташиш ва хизматдан фойдаланиш харажатлари таққосланади.

Иқтисодий кўрсаткичларни баҳолаш ва таққослаш техник-эксплуатацион кўрсаткичларни баҳолаш услубига ўхшаб кетади:

$$J_{\text{ик}} = \frac{C}{C_0} \quad (10)$$

бунда: $J_{\text{ик}}$ — иқтисодий кўрсаткичлар индекси; C, C_0 — ўрганилаётган ва намунага олинган транспорт хизматининг ташиш ва ундан фойдаланиш харажатлари таққосланади.

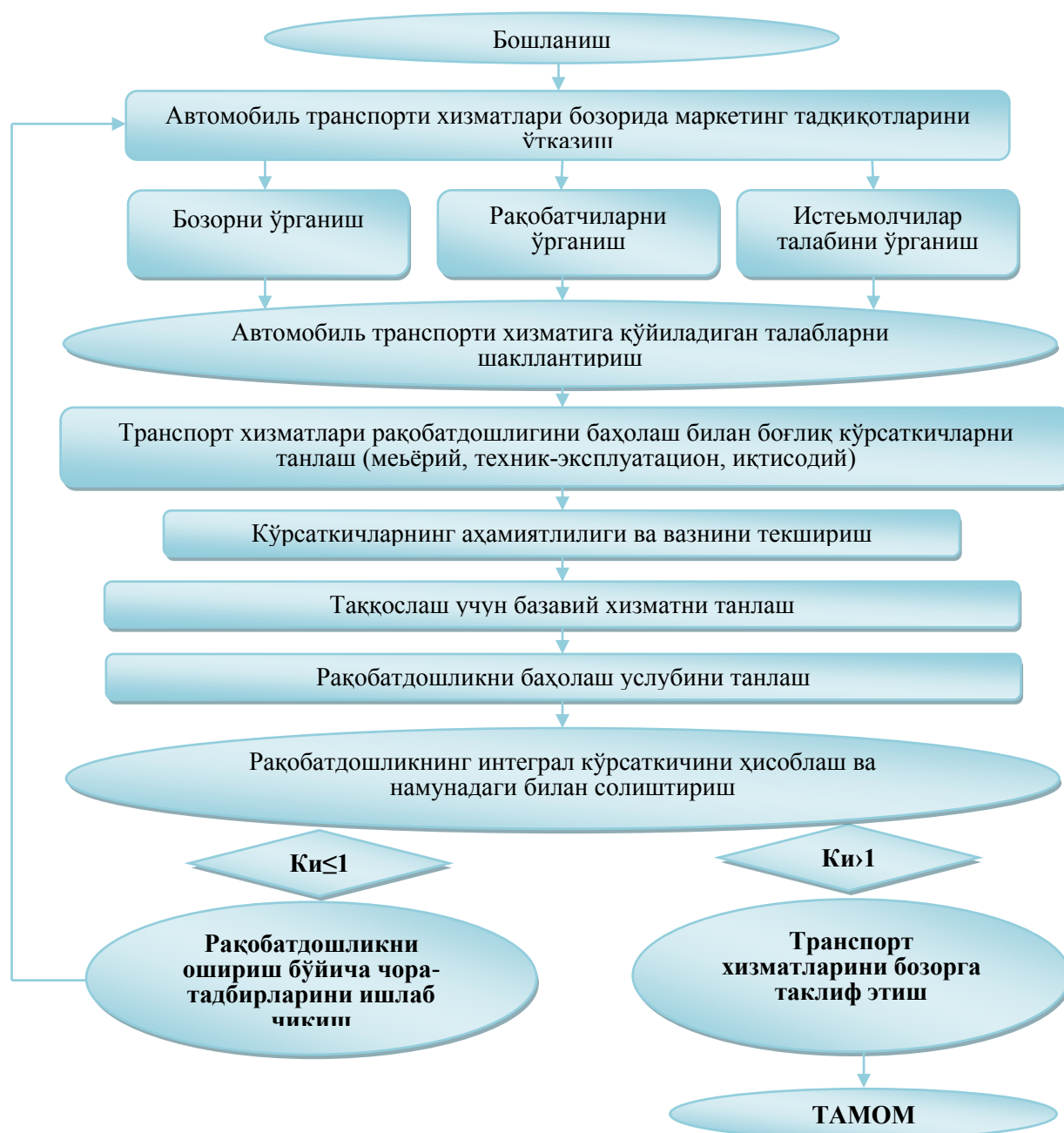
Автомобиль транспорти хизматлари рақобатдошлигининг интеграл кўрсаткичи қуйидагича ифодаланиши мумкин:

$$K_{\text{и}} = \frac{J_{\text{тэк}} J_{\text{тэкp}}}{J_{\text{ик}}} \quad (11)$$

Агар $K_{\text{и}} < 1$ бўлса унда таҳлил қилинаётган кўрсаткич намунага нисбатан ёмонроқ бўлади; агар $K_{\text{и}} > 1$ бўлса, кўрсаткич намунага нисбатан яхшироқ, рақобатдошлиги юқори бўлади; агар $K_{\text{и}} = 1$ бўлса, таҳлил қилинаётган кўрсаткич намунага мос келади.

Кўриниб турибдики, техник-эксплуатацион кўрсаткичлар қиймати қанчалик катта бўлса, рақобатдошликнинг интеграл ($K_{\text{и}}$) кўрсаткичи шунчалик юқори бўлиши, ташиш харажатлари қанчалик юқори бўлса, шунча пасайиши мумкин экан.

Тизимлаштириш назарияси ва транспорт хизматлари рақобатдошлигини баҳолашнинг услубий аппаратини қўллаш асосида, автотранспорт хизматлари рақобатдошлигини таъминлашнинг бутун жараёнини кўп қиррали ўзаро боғлиқ алгоритм сифатида тақдим этиш мумкин (1-расм).



1-расм. Автомобиль транспорти хизматлари рақобатдошлигини таъминлашнинг умумий алгоритми¹

Мазкур алгоритмнинг циклик тавсифи унинг кейинги тадқиқотлар учун дастлабки модел сифатида қабул қилиш имконини беради.

Фикримизча, кўриб ўтилган техник-эксплуатацион ва иқтисодий кўрсаткичлар автотранспорт хизматлари рақобатдошлигини баҳолашнинг энг муҳим мезонлари ҳисобланиб, баҳолаш жараёнида уларни иккиланишига йўл қўймаслик, автотранспорт корхонасининг муайян бозорда ўз ўрнини тез ва объектив аниқлаш имконини беради. Уларни баҳолаш жараёнида бир корхонанинг турли вақт мобайнидаги кўрсаткичларини таққослаш

¹Муаллиф ишланмаси

кўрсатилаётган транспорт хизматларини тезкор назорат қилиш имконини беради. Бу эса, рақобатдошликни баҳолашнинг мезонларини тўғри танлай олиш зарур масалалардан бири эканлигини яна бир бор тасдиқлайди.

Кўп босқичли тизим доирасида автомобиль транспорти рақобатдошлигини таъминлаш жараёнининг тақдим этилган умумий алгоритми эса транспортда рақобатдошликни таъминлаш борасида назарий ғояларининг амалий ифодаси бўлиб хизмат қилади. Унга автомобиль транспорти хизматлари кўрсатиш рақобатдошлигини таъминлаш ва уни бошқаришда оқилона ташкилий-иқтисодий механизмларини қўллашнинг услубий жиҳатларидан бири сифатида қараш мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
2. “Рақобат тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни/ Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2012 й., 1-сон, 4-модда.
3. Лухманова Н. А. Методы оценки конкурентоспособности транспортных услуг // Известия РГПУ им. А.И. Герцена. 2009. №90.
4. Пеньшин Н.В. Управление конкурентоспособностью автотранспортного предприятия. Критерии конкурентоспособности// Вестник ТГТУ. 2011. Том 17. № 2. С-649-655.
5. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. — М.: Финпресс, 1999. - 258 с.
6. Томпсон-мл. Артур А., Стрикленд Ш А. Дж. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа.12-е изд., Пер. с англ. - М.: Изд. дом "Вильямс", 2006. – 928 с.
7. Бурланков С. П., Ильина И. Е., Долгов Д. И., Скворцов А. Е. Технико-экономические методы оценки конкурентоспособности предприятия и продукции // Экономические исследования. 2011. №3;
8. Максимов И.А. Оценка конкурентоспособности промышленного предприятия // Маркетинг. 1996. № 3. - С. 33-39.
9. Демьянович И. В. Экспертные методы решения проблем качества транспортных услуг // Проблемы современной экономики, 2011. №1. С - 342-346.