

Н.В. ПЕНЬШИН

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ
АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА
В УСЛОВИЯХ ПОСТ-КРИЗИСНОЙ
МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ
РОССИИ**

ИЗДАТЕЛЬСТВО ТГТУ

УДК 656.078
ББК У291.823.2
П256

Рецензенты:

Доктор экономических наук, доктор технических наук, профессор
Б.И. Герасимов,

Доктор экономических наук, профессор
В.П. Бычков

Пеньшин, Н.В.

П256 Конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта в условиях пост-кризисной модернизации экономики России / Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2010. – 156 с. – 100 экз. – ISBN 978-5-8265-0902-9.

Изложены научно обоснованные решения повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, раскрыты специфические особенности автотранспортной деятельности, ее инфраструктуры. Осуществлено комплексное исследование проблем формирования конкурентных преимуществ субъектов рынка автотранспортных услуг, сформулированы основные направления повышения их конкурентоспособности.

Предназначена для научных работников автомобильного транспорта, аспирантов и студентов автотранспортных специальностей, а также практиков, интересующихся проблемами конкурентоспособности автотранспортных услуг.

УДК 656.078
ББК У291.823.2

ISBN 978-5-8265-0902-9

© ГОУ ВПО «Тамбовский государственный
технический университет» (ТГТУ), 2010

Министерство образования и науки Российской Федерации
ГОУ ВПО «Тамбовский государственный технический университет»

Н.В. ПЕНЬШИН

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ
АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА
В УСЛОВИЯХ ПОСТ-КРИЗИСНОЙ
МОДЕРНИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ
РОССИИ**

Рекомендовано экспертной комиссией
при научно-техническом совете ТГТУ
в качестве монографии



Тамбов
Издательство ТГТУ
2010

Научное издание

ПЕНЬШИН Николай Васильевич

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ
АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА
В УСЛОВИЯХ ПОСТ-КРИЗИСНОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ
ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Монография

Редактор З.Г. Чернова
Инженер по компьютерному макетированию М.А. Филатова

Подписано в печать 26.02.2010.
Формат 60 × 84 / 16. 9,07 усл. печ. л. Тираж 100 экз. Заказ № 116.

Издательско-полиграфический центр
Тамбовского государственного технического университета
392000, Тамбов, Советская, 106, к. 14

ВВЕДЕНИЕ

Автомобильный транспорт является главной составляющей транспортного комплекса Российской Федерации в силу своей мобильности, универсальности, гибкости, способности объединить все виды транспорта в единую сеть.

В настоящее время около 80 % от общей численности предприятий всех отраслей экономики и населённых пунктов Российской Федерации не имеют других подъездных путей, кроме автомобильных дорог. В этой связи стимулирование развития автомобильно-дорожного комплекса страны является одним из главных приоритетов роста экономического потенциала.

От предоставляемых конкурентоспособных автотранспортных услуг в полной мере зависит себестоимость товаров, производительность труда, конкурентоспособность большинства отраслей экономики страны.

Слабый уровень развития автомобильных дорог к уровню автомобилизации приводит к существенному росту издержек, снижению скорости движения, длительным простоям, повышению уровня аварийности.

За последние 10 лет, при росте уровня автомобилизации на 85 %, протяжённость автомобильных дорог общего пользования и городских улиц увеличилась соответственно на 16 и 4,5 %, т.е. темпы роста автомобилизации страны значительно опережают темпы роста автомобильных дорог и протяжённости городских улиц.

По оценкам экспертов, потери Российской Федерации из-за низкой пропускной способности автомобильных дорог и улиц составляют 1,8 трлн.р. или 4,3 % ВВП, что в 6 раз выше, чем в странах Евросоюза [74]. Средняя скорость движения автотранспорта снизилась на многих участках улично-дорожной сети на 40 % и составляет в мегаполисах 15...30 км/ч, в крупных городах 20...40 км/ч. В часы «пик» скорость падает до 5...10 км/ч [75].

Несмотря на громадную роль автомобильного транспорта в социально-экономическом развитии страны, эффективность его использования на современном этапе, по нашему убеждению, неудовлетворительная. Глубокому анализу автотранспортная деятельность, особенно частных предприятий и предпринимателей, не подвергается.

Мало уделяется внимания маркетинговым исследованиям, новым, передовым технологиям перевозочного процесса, а также централизованным перевозкам и сокращению самовывоза, особенно на междугородных перевозках; применению обменных прицепов и полуприцепов; развитию терминальных систем и транспортно-экспедиционных услуг; навигационным технологиям перевозочного процесса автомобильным транспортом и многему другому. В этих условиях необходимы принципиально новые задачи в определении и решении проблем, влияющих на конкурентоспособность автотранспортных услуг.

Недостаточная изученность всех звеньев, влияющих на повышение конкурентоспособности автотранспортных услуг, предопределила актуальность рассматриваемой проблемы.

1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

1.1. КОНЦЕПЦИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Одна из важнейших составляющих роста экономики нашей страны – стабилизация и развитие производства и услуг во всех отраслях экономики, на всех без исключения предприятиях, в бизнесе разных уровней и во всех сферах предпринимательской деятельности.

В качестве движущей силы здесь выступает конкуренция, которая интегрирует как запросы потребителей, так и способность производителя обеспечить производство конкурентоспособной продукции и предоставление конкурентоспособных услуг.

Формирование потенциальной возможности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта к конкурентной борьбе и достижению эффективных результатов в данных условиях осложняется в связи с необходимостью постоянного приспособления к изменяющимся условиям, что требует поиска научно-обоснованной концепции конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта. Разработка такой концепции обуславливает необходимость глубокого теоретического исследования, как самих автотранспортных услуг, так и влияния системы научных значений конкурентоспособности (сил, факторов, сущности, конкурентных отношений, стратегии и т.д.) на процесс её формирования и совершенствования.

С развитием рыночных отношений теоретические понятия «конкуренция» и «конкурентоспособность» требуют уточнения применительно к услугам автомобильного транспорта, так как теория, отражающая исследовательскую сферу, должна иметь собственный понятийно-категориальный аппарат, а её структура обусловлена специфическими особенностями конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, являющиеся предметом рассмотрения.

Эти специфические особенности заключаются в том, что автотранспортная деятельность представляет собой многообразие работ и услуг, связанных не только с организацией перевозок грузов и пассажиров, выполнением транспортно-экспедиционных услуг, техническими воздействиями на подвижной состав, обеспечивающие его безопасную работоспособность, но и степени соответствия улично-дорожной сети потребительским свойствам: непрерывности, оптимальной скорости, пропускной способности, возможности передвижения транспортных средств с допустимыми параметрами в любое время года и в любых погодных условиях, высокому уровню автосервисных услуг.

Экономические реформы способствуют пересмотру и дополнительному учёту специфической роли автотранспортной деятельности, её влияния на формирование и развитие товарных рынков, функционирование которых она обеспечивает. Слишком велик удельный вес автотранспортных расходов в стоимости продукции промышленного и продовольственного назначения.

Наука должна реагировать на эти процессы и уделять достойное внимание автотранспортной деятельности, развитию её инфраструктуры, формированию рынка автотранспортных услуг, изучению степени проявления и развития конкуренции услуг в разных сегментах рынка. Эти проблемы актуальны не только с позиций теоретических исследований, но имеют громадное практическое значение.

Анализируя специфические особенности конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта можно предположить, что они охватывают обширную область научного познания, т.е. их можно рассматривать как совокупность взаимосвязанных компонентов или как систему.

Отметим, что в основе системного подхода лежит рассмотрение каждой компоненты конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, их функции и взаимодействие. Исследование системной модели конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта нами реализуется на основе частной методологии.

Уточняя теоретические понятия, отнесём конкуренцию к особому виду честного экономического соперничества, когда при равных шансах у каждой из сторон верх одерживает более способная и предприимчивая, реализовавшая больше продукции и услуг, завоевавшая значительную долю рынка. Конкуренция в условиях динамичной экономики является эффективной конкуренцией, стимулируемой стремлением к получению сверхприбыли и качества самой продукции и услуги. Конкуренция представляет собой соперничество нового со старым, т.е. конкурентными могут быть только новые товары и услуги, новые технологии, новые источники обеспечения потребностей [66, 67].

Сделаем вывод, что конкуренция создаёт предпосылки для развития автотранспортных услуг, расширения сферы их применения в рыночных условиях, а также стимулирует переход на эффективные технологии перевозочного процесса и способствует снижению цен и тарифов.

Выделим определяющие признаки конкуренции услуг автомобильного транспорта:

- наличие конкурентных преимуществ услуг автомобильного транспорта посредством рыночного сопоставления в развитии конкуренции;
- категориальный характер, т.е. совокупность конкурентов разных категорий: индивидуальных, предприятий, отраслевых, межотраслевых (национальных);
- сочетание многообразия и открытости конкурентных услуг автомобильного транспорта в условиях насыщенного и дифференцированного рынка;
- преобладание взаимной выгоды субъектов автомобильного транспорта, предоставляющих автотранспортные услуги, с частью внешнего окружения, и наличия у них абсолютного и относительного делового суверенитета;
- превращение соперничества между конкурирующими субъектами автомобильного транспорта в одну из двух противоположных, но дополняющих друг друга тенденций развития: конкуренции и интеграции.

Конкуренция услуг автомобильного транспорта во всем своём сочетании проявляет эффект толерантности конкурентов, а внешнее окружение оказывает содействие в разработке стратегии конкурентных действий на рынке автотранспортных услуг.

Ни один хозяйствующий субъект автомобильного транспорта (индивидуальный предприниматель, автотранспортное предприятие) не может достичь превосходства над конкурентами по всем характеристикам предоставляемых услуг и средствам его продвижения на рынке этих услуг.

Необходим выбор приоритетов и выработка стратегии, в наибольшей степени соответствующей тенденциям развития рыночной ситуации и наилучшим способом использующей сильные стороны деятельности хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта. В отличие от тактических действий на рынке автотранспортных услуг стратегия конкуренции должна быть направлена на обеспечение преимуществ над конкурентами в долгосрочной перспективе.

С целью выявления причин изменения будущих позиций конкурентов, характерных черт их внутренней и внешней среды, а также концентрации внимания на их потенциальных возможностях и улучшения своего положения на рынке автотранспортных услуг, проведём конкурентный анализ.

Конкурентный анализ включает два основных этапа:

- определение главных конкурентных сил в отрасли, с целью идентификации благоприятных возможностей и опасностей, с которыми может столкнуться хозяйствующий субъект автомобильного транспорта в отрасли;
- формулирование основных вариантов конкурентных стратегий, которые содействуют ценовому лидерству, фокусированию на рыночных нишах, дифференциации по качеству, технологии, диапазону автотранспортных услуг.

Здесь уместно привести определение конкуренции, данное М. Портером [69] которая, по его мнению, должна основываться на всестороннем понимании структуры отрасли и процесса её изменения. Он объединил силы, определяющие конкурентный климат в любой отрасли экономики, в пять групп: 1) угроза появления новых конкурентов; 2) угроза появления товаров заменителей; 3) способность поставщиков; 4) способность потребителей; 5) соперничество уже имеющихся конкурентов между собой.

Доля рынка, уровень прибыли хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта определяются тем, насколько он эффективно противодействует конкурентным силам. Чем выше давление этих сил, тем меньше у существующих хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта возможности увеличивать цены и прибыль. Ослабление сил создаёт благоприятные возможности для них. Хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта, изменив свою стратегию, могут воздействовать на эти силы в свою пользу.

Одна из важнейших функций теоретических исследований – это объяснительная функция, которая определяет основные свойства изучаемых объектов, выявляет существующие и скрытые закономерности.

Учитывая эту особенность, исследуем и дадим объяснение проявлению этих сил на рынке автотранспортных услуг и определим существующие и скрытые закономерности влияния каждой из них на состояние автотранспортной отрасли и в умении этих сил воспользоваться в интенсивности конкурентных действий.

1. Появление на рынке автотранспортных услуг новых малых предприятий различных форм собственности, отдельных предпринимателей или объединённых между собой в общества, совместных предприятий, ведут к росту производственных мощностей и, как следствие, к повышению издержек или падению финансовых результатов. Основными препятствиями для проникновения на рынок автотранспортных услуг новых конкурентов являются: предоставление различных видов

автотранспортных услуг действующими автотранспортными предприятиями и индивидуальными предпринимателями, которые опираются на приверженность потребителей этих услуг; потребность в капитале, так как эффективная конкуренция автотранспортных услуг требует крупных первоначальных инвестиций. С другой стороны, если появляется небольшое количество малых предприятий, то это риск мал и можно повышать цену и увеличивать доходы. Конкурентная сила этого фактора сильно зависит от высоты барьеров входа, т.е. стоимости входа в отрасль.

2. Обострить конкуренцию могут автотранспортные предприятия, предоставляющие автотранспортные услуги, которые эффективно удовлетворяют те же потребности, но несколько иным способом. Так, конкуренцию могут составить автотранспортные предприятия, предоставляющие свои конкурентные преимущества: это экспрессные и полуэкспрессные автобусные маршруты, внедрение на автобусных маршрутах маршрутных такси, применение специализированного подвижного состава при перевозке грузов и т.д. Препятствиями на пути автотранспортных услуг-субститутов могут стать: проведение ценовой конкуренции, которая переключает внимание потребителя с проблемы качества на снижение тарифа; рекламные воздействия на потребителей; предоставление новых автотранспортных услуг, с улучшением качества обслуживания потребителей. Отметим, рост спроса на автотранспортные услуги ведёт к умеренной конкуренции при обеспечении больших возможностей для экспансии, уменьшение спроса – главная опасность увеличения конкуренции.

3. Автотранспортные предприятия, предоставляющие автотранспортные услуги, могут оказать давление, угрожая поднять тариф или снизить качество предоставляемых автотранспортных услуг. Группа автотранспортных предприятий или предприятие считаются сильными, если они соответствуют следующим критериям:

- концентрация в них выше, чем в автотранспортном предприятии, которое предоставляет аналогичные автотранспортные услуги;
- им не приходится конкурировать с другими автотранспортными предприятиями, предоставляющими автотранспортные услуги;
- их автотранспортные услуги имеют решающее значение для автотранспортной деятельности.

4. Потребители автотранспортных услуг, стремясь снизить цены на услуги, получить услуги более высокого качества и лучшего обслуживания, таким образом, сталкиваются внутриотраслевыми конкурентами друг с другом. Сила потребителя зависит от сплочённости и концентрированности группы потребителей, степени важности предоставляемых автотранспортных услуг для потребителя, степени однородности предоставляемых автотранспортных услуг, уровня информированности потребителей.

5. Конкуренция среди функционирующих на рынке автотранспортных предприятий следует тактическим приёмам по снижению тарифов, рекламе, предоставлению потребителям дополнительных услуг и гарантий.

Под воздействием различных тактических детерминантов силы конкурентного поведения хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, формируются параметры и масштабы этой силы. В процессе проведения конкурентных приёмов, хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта должны быть сильнее конкурентов. Они должны уметь осуществлять большее число конкурентных действий в единицу времени и более напряженно, чем их конкуренты и не уступать им по силе. Поэтому ключевыми условиями успешного проведения приёмов конкурентной борьбы являются опережение конкурентов в размере конкурентной силы, умение этой силой воспользоваться в интенсивности конкурентных действий. В повседневном оперативном планировании тактического поведения хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта на рынке автотранспортных услуг, важность приобретают конкретные значения силы и интенсивности конкурентных действий и конкурентных приёмов, проводимых ими. Подчёркнём, чем разнообразнее арсенал применяемых одновременно методов конкурентных действий, тем интенсивнее конкуренция и тем, стало быть, сильнее выглядит тот или иной хозяйствующий субъект автомобильного транспорта.

Интенсивность конкуренции среди действующих на рынке хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта определим следующими факторами:

- 1) большое число конкурирующих хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта или примерное равенство их сил;
- 2) относительно медленное развитие хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, предоставляющих автотранспортные услуги;
- 3) высокий уровень постоянных издержек в виде накладных расходов или стоимости товарно-материальных запасов хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта;
- 4) предоставление различных видов автотранспортных услуг действующими автотранспортными предприятиями и индивидуальными предпринимателями;
- 5) рост мощностей по развитию автотранспортных услуг;
- 6) высокие выходные барьеры по всем оценочным показателям автотранспортных услуг.

Теоретические исследования выполняют предсказательную функцию. Сущность её состоит в том что, раскрывая внутреннее содержание конкуренции услуг автомобильного транспорта, она даёт возможность предвидеть дальнейший путь их развития, превращая их в стратегические направления. Да, универсальной конкурентной стратегии не существует, но, распознавая условия автотранспортной деятельности, её инфраструктуру, особенности, навыки, капитал, которыми обладают хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта, можно сформулировать стратегии, приносящие успех.

Конкретная стратегия хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта заключается в стремлении найти и воплотить способ наиболее выгодного и долговременного конкурентирования на рынке автотранспортных услуг.

Наиболее актуальными конкурентными стратегиями, на наш взгляд, являются:

- предоставление, в отличие от своих конкурентов, разнообразных по своей технологии и универсальности автотранспортных услуг, используя новейшие достижения навигационных спутниковых и компьютерных технологий;
- поддержание подвижного состав автомобильного транспорта в соответствии со вкусами и потребностями потребителей автотранспортных услуг;
- регулярное развитие и совершенствование системы сервисного обслуживания (организация фирменных маршрутов, выполнение свадебных услуг и т.д.);

– внедрение наиболее привлекательных для потребителя автотранспортных услуг (приём заказов на легковые таксомоторы и грузовые автомобили к прибытию и отправлению железнодорожных поездов, авиалайнеров, морских судов, при покупке товаров в торговой сети и т.д.);

– стимулирование новых видов автотранспортных услуг;

– проведение мониторинговых мероприятий по изучению потребности населения в оказании автотранспортных услуг новыми моделями автотранспортных средств, а также применение существующих и морально устаревших типов подвижного состава.

Используя теоретическую систематизацию, расширение и углубление научных познаний конкуренции, рассмотрим виды конкуренции услуг автомобильного транспорта, уточним их сущность и функциональный аспект.

Наибольший интерес представляет собой *ожидаемая конкуренция*, которая начинается уже на стадии разработки или освоения новых видов автотранспортных услуг. *Прямая конкуренция* возникает в случае конкурентных отношений без посредников. *Функциональная конкуренция* характеризуется тем, что услуги по перемещению грузов и пассажиров предоставляют хозяйствующие субъекты, являющиеся функциональными конкурентами. *Видовая конкуренция* является следствием того, что услуги по перемещению грузов и пассажиров имеют различие по определённым техническим параметрам. *Ценовая конкуренция* предполагает предоставление автотранспортных услуг по более низким ценам, чем конкуренты. *Неценовая конкуренция* предусматривает не цену, а качество автотранспортных услуг, транспортно-экспедиционного обслуживания, предоставление потребителю большого объёма услуг и т.д. *Недобросовестная конкуренция* сопровождается нарушениями норм и правил конкуренции на рынке автотранспортных услуг от дезинформации потребителей до ложных сведений. Недобросовестная конкуренция зачастую запрещается отдельными законодательными и правовыми актами.

Помимо этого различают особые виды и разновидности конкуренции в зависимости от характера конкурентных отношений. На отраслевом уровне различают: *межотраслевую конкуренцию* и *внутриотраслевую конкуренцию*, которые характеризуются борьбой между хозяйствующими субъектами разных видов транспорта в первом случае и одинаковыми видами во втором, за ограниченный объём платёжеспособного спроса. *Межхозяйственная конкуренция* характеризуется борьбой между хозяйствующими субъектами одной или разных отраслей за ограниченный объём платежеспособного спроса. *Внутрихозяйственная конкуренция* характерна для различных видов услуг своего хозяйствующего субъекта.

Сделаем вывод, что конкуренция автотранспортных услуг – это соперничество между хозяйствующими субъектами автомобильного транспорта, определяемое текущей стадией своего жизненного цикла и прогностическим анализом, намечающего пути её дальнейшего развития.

Понятие и представление о конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта сводится к отличию определённых свойств предоставляемых услуг одного хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта по сравнению с другим. Конкурентоспособность рассматривается как относительная оценка преимуществ автотранспортных услуг, которая позволяет с большей эффективностью удовлетворять потребности потребителей. Конкурентоспособность выявляет преимущества уровня качества автотранспортных услуг перед аналогичными конкурентами. Конкурентоспособность характеризует способность противостоять другим услугам этого же назначения на определённом сегменте рынка автотранспортных услуг [16, 30, 34, 68].

Таким образом, можно сделать вывод, что конкуренция на рынке автотранспортных услуг способствует предоставлять конкурентоспособные услуги. Она определяется качественными и стоимостными значениями предоставляемых автотранспортных услуг, которые всесторонне «оцениваются» потребителями по значимости, удовлетворённости, расходами.

Конкурентоспособность автотранспортных услуг рассматривается нами по концепции, на которой базируется деятельность хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта.

Понятийно-категориальный аппарат при исследовании конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, как экономической науки, весьма обширен и разнообразен. Познание объективных явлений, их осмысление невозможно без категорий. В системе конкурентных отношений конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта является ключевой функцией, которую следует определять несколькими категориями:

- индивидуальная категория (конкурентоспособность индивидуального предпринимателя);
- микрокатегория (конкурентоспособность автотранспортного предприятия);
- мезокатегория (конкурентоспособность транспортной отрасли);
- макрокатегория (конкурентоспособность межотраслевая, национальная).

Конкурентоспособность индивидуальных предпринимателей в сфере автотранспортных услуг, наиболее значительная в нашей стране и её следует отнести к микрокатегории. С целью углубления теоретической познавательности индивидуальной категории требуется определение сущности конкурентоспособности других категорий и выявление их взаимосвязей. Все названные категории отождествляют конкурентоспособность, т.е. привлекательность потребителя услуг автомобильного транспорта, но с разной рейтинговой оценкой. Каждая категория является неотъемлемой частью для других.

Учитывая отсутствие единого подхода к определению конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, как ключевой функции в системе конкурентных отношений на рынке автотранспортных услуг, существующая терминологическая неопределённость требует регламентации содержания категорий.

Конкурентоспособность автотранспортного предприятия определяется нами как потенциальная способность предприятия разрабатывать, совершенствовать и предоставлять автотранспортные услуги на рынке, опережая конкурентов и обеспечивая экономическую эффективность автотранспортной деятельности.

Достижение конкурентоспособности автотранспортного предприятия осуществляется через конкурентное преимущество, которое является основным элементом системы конкурентных отношений. Конкурентные преимущества – это те дополнительные характеристики, которые создают для автотранспортного предприятия явное превосходство над своими прямыми конкурентами. Различают как внешние конкурентные преимущества, которые основываются на отличительных для потребителя параметрах автотранспортных услуг, так и внутренние конкурентные преимущества, то есть превосходство в отношении издержек производства, позволяющих добиться меньшей себестоимости автотранспортных

услуг, возможность снижения цены на услуги, навязанной рынком и конкуренцией. Под мезоконкурентоспособностью понимается способность транспортной отрасли конкурировать на внутреннем и внешнем рынках. Конкурентоспособность отрасли – это вероятностная способность транспортной отрасли в сравнении с другой транспортной отраслью выявлять и продуктивно использовать потенциал конкурентных преимуществ, отражаемых через систему адекватных показателей, обусловленных экономическими, социальными, организационными и другими факторами. В качестве базы для сравнения принимаем разные виды транспортной отрасли в одном территориальном субъекте и одинаковые транспортные отрасли в сравнении с другим территориальным субъектом.

Макроконкурентоспособность рассматриваем как конкуренцию между хозяйствующими субъектами разных отраслей, которая проявляется в конкуренции товаров и услуг, предоставляемых одной отраслью, с товарами и услугами, другой отрасли. Межотраслевая конкуренция – это конкуренция между хозяйствующими субъектами различных отраслей за получение наиболее высокой нормы прибыли. Она выражается в переливе капитала из отраслей, имеющих низкую норму прибыли, в отрасли с высокой нормой прибыли. В итоге межотраслевой конкуренции создаётся некое динамическое равновесие, обеспечивающее получение равной прибыли на равновеликий капитал, независимо от того, где он вложен.

Исследования категорий конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта позволяют распознать её специфику: неоднородность и иерархичность конкурентной среды.

Следует отметить, что уровень конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта в каждый конкретный момент времени определяется совместным воздействием ряда факторов. Изучение и анализ факторов позволяют определить, насколько они способствуют или препятствуют достижению уровня конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

Факторы есть ничто иное, как движущая сила, причина событий или процессов, именно факторы конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта определяют её характерные черты. Эти факторы неодинаковы по природе, характеру и степени воздействия, они выражаются соответствием интересов потребителя, его платёжеспособностью, удобством и доверием к предоставляемым автотранспортным услугам.

Выявим основные факторы конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта и произведём их классификацию. С точки зрения системного подхода наибольшего внимания заслуживает классификация факторов (уровней конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта) в зависимости от мотивации потребностей потребителя автотранспортных услуг. *Первый уровень* конкурентоспособности характеризует потребителей услуг, удовлетворяющих минимальные потребности при минимальных затратах. *Второй уровень* – ориентация потребителя на ценовой характер и на качественные характеристики услуг автомобильного транспорта. *Третий уровень* – ориентация потребителя на комплексную оценку всех факторов, удовлетворяющих их потребность, отдавая предпочтение услугам автомобильного транспорта с лучшим соотношением неценовых и ценовых характеристик. *Четвёртый уровень* – ориентация потребителя на уникальность предоставляемых услуг, при высокой цене. *Пятый уровень* – побудительный фактор (фирменное предоставление услуг автомобильного транспорта).

Итак, уровень конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта определим следующими факторами: превосходством в качестве, ценой потребления, уровнем обслуживания, инновационной активностью, потенциалом развития предоставляемых автотранспортных услуг.

Сделаем вывод, что влиятельным фактором конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта является высокое качество услуг при достаточно низкой цене.

Конкурентоспособность автотранспортных услуг в полной мере определяется внутренними и внешними факторами хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта.

Внутренние факторы определяют как возможность, так и эффективность процесса адаптации к вызовам и угрозам внешней среды. К факторам внутренней среды следует отнести: наличие производственно-финансовых ресурсов хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, стратегию развития, ценовую политику, квалификацию персонала, мотивацию и стимулирование работников, использование информационных ресурсов. Внутренние факторы – это возможности хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта по обеспечению собственной конкурентоспособности. Факторы внешней среды отражают совокупность тех условий, к которым адаптируется хозяйствующий субъект автомобильного транспорта. Внешняя среда является необходимым условием его существования. Именно во внешней среде формируются основные характеристики рынка автотранспортных услуг, т.е. его тип, ёмкость, наличие и возможности конкурентов, обеспеченность, состав и структура трудовых ресурсов. Все факторы внешней среды разнородны по своей природе, характеру воздействия на конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта. К факторам внешней среды, влияющих на конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта, отнесём: государственно-экономические, научно-технические, правовые факторы, факторы природной среды, стратегию конкурентов, развитие инфраструктуры рынка автотранспортных услуг.

Рассмотренные факторы представляют собой систему, обеспечивающую конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта. Значение каждого отдельного фактора различно в зависимости от рынка автотранспортных услуг, характера конкуренции, стадии жизненного цикла услуг и других аспектов. Отметим наличие определённого синергетического эффекта взаимовлияния рассматриваемых факторов конкурентоспособности автотранспортных услуг.

Авторский подход к выявлению и классификации факторов, определяющих конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта, основан на предположениях, при которых, анализируя факторы, мы можем выявить сильные и слабые стороны в деятельности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта и в работе конкурентов. Это позволяет, с одной стороны, избежать наиболее острых форм конкуренции, а, с другой, использовать свои преимущества и слабости конкурента. Данный подход способствует разработке мер и средств, за счёт которых хозяйствующий субъект автомобильного транспорта мог бы повысить конкурентоспособность предоставляемых услуг и обеспечить свой успех, изменить свою долю в предоставлении автотранспортных услуг на соответствующем рынке, а также удовлетворить потребности потребителей автотранспортных услуг.

В общем виде, теоретическое познание конкурентоспособности автотранспортных услуг, проводится в соответствии с предполагаемыми требованиями социально-экономического развития, экологической безопасности, эргономики, эстетики, а

также специфической роли автотранспортной деятельности. Наличие взаимосвязанной и взаимодополняющей инфраструктуры обостряет проблемы и актуальность конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

Специфическая особенность автотранспортной деятельности характеризуется тем, что она целиком и полностью зависит от степени соответствия автомобильных дорог потребительским свойствам автомобильного транспорта. М. Портер отнёс систему автомобильных дорог к общим факторам, которые дают конкурентные преимущества ограниченного характера. Общие факторы имеют Правительственное финансирование как создающие базу для факторов более высокого порядка.

На наш взгляд, конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта обеспечивается созданием, совершенствованием, развитием, эффективным использованием автомобильных дорог, относящихся к общим факторам. Общие факторы зависят от характера спроса и ёмкости рынка автотранспортных услуг.

Одним из важнейших и основных факторов обеспечения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта является конкурентная среда, которая отождествляется с её маркетинговой средой, включающей совокупность всех инфраструктурных субъектов рынка автотранспортных услуг, влияющих на отношения между производителем автотранспортных услуг и потребителем этих услуг. При этом конкурентная среда в условиях различных моделей конкуренции услуг автомобильного транспорта формируется в результате воздействия на рынок автотранспортных услуг множества разнородных факторов, характеризующихся определённой сферой действия, временным периодом и интенсивностью их действия.

Большинство факторов, формирующих конкурентную среду, рассмотрены в данном параграфе. Однако, специфические особенности инфраструктуры автомобильного транспорта предполагают дополнительное исследование конкурентной среды, которые изложены в следующем параграфе.

Для хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта, на наш взгляд, всё большее значение приобретает *перспективное* развитие конкурентоспособности автотранспортных услуг. Эта ориентация вызвана тем, что перспектива конкурентоспособности открывает хозяйствующему субъекту автомобильного транспорта возможности совершенствования качественных характеристик предоставляемых автотранспортных услуг, внедрение прогрессивных технологий, развитие ассортимента и номенклатуры услуг.

С учётом проведённых теоретических исследований перспективное развитие конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта должно носить опережающие тенденции повышенных требований к параметрам, качественным характеристикам и к удовлетворению возрастающих потребностей спроса на услуги.

Тенденции развития рынка автотранспортных услуг, характер конкуренции предполагают определение временного периода перспективы конкурентоспособности. Временной период перспективного развития конкурентоспособности автотранспортных услуг определим как период времени от возникновения потребности до появления на рынке автотранспортных услуг, способных удовлетворить эти потребности. Хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта, используя границы временного периода перспективного развития конкурентоспособности, имеют возможность доминировать на рынке автотранспортных услуг.

Перспективное развитие конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта основывается на следующих, предложенных нами, *принципах*.

Принцип адекватности, предполагает согласованность стратегии и тактики хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта с реальными параметрами внешней и внутренней маркетинговой среды.

Современные условия рынка автотранспортных услуг предполагают функционирование хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта в ситуациях неопределённости, ненадёжности и риска, в условиях воздействия на них множества разнопорядковых и сложновзаимосвязанных факторов. В такой ситуации реализация принципа адекватности предполагает:

- учёт вероятностного характера реальных процессов и сложившихся тенденций;
- использование различных вариантов прогнозов, оценок и решений на мультифакторной основе;
- увеличение количества учитываемых факторов;
- повышение точности перспектив развития.

Принцип оптимальности, определяет верхний предел конкурентоспособности автотранспортных услуг и показывает верхнюю границу значений показателей конкурентоспособности, превышение которой не приведёт к дальнейшему увеличению конкурентоспособности. Значительное превышение объективного уровня конкурентоспособности не всегда обеспечивает её долговременность, так как с течением времени могут изменяться рыночные приоритеты, и затраты на увеличение уровня конкурентоспособности могут быть неоправданны.

Принцип достаточности, регламентирует нижний уровень конкурентоспособности автотранспортных услуг, определяет, что компоненты конкурентоспособности должны быть достаточными для обеспечения соответствующего уровня конкурентоспособности. Эти компоненты должны быть строго ранжированы и иметь в процентном отношении разные удельные веса, составляющие в совокупности 100 % конкурентоспособности. Размещение по ранжиру согласуется с внешними и внутренними факторами хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, влияющими на процесс обеспечения конкурентоспособности автотранспортных услуг.

Принцип назначения, определяет соответствие автотранспортных услуг своему назначению и полностью соответствует той потребности, которую должен удовлетворить. Чем ближе услуга автомобильного транспорта соответствует своему назначению, чем лучше она обеспечивает потребность, тем выше её конкурентоспособность, определяющая эффективность удовлетворения потребности.

Принцип функциональной эффективности, обозначает предназначение услуг автомобильного транспорта для выполнения определённых функций. С одной стороны, данный принцип определяет степень полноты удовлетворения потребности предоставляемыми услугами, дополняя принцип назначения, с другой, определяет необходимые затраты на выполнение данных функций, чем обуславливается цена удовлетворения потребности, т.е. эффективность выполнения функции как по назначению, так и по затратам на их исполнение. Чем выше функциональная эффективность услуг, удовлетворяющая интенсивность потребности, тем выше их конкурентоспособность.

Принцип экономичности, заключается в том, что обеспечение конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта не может быть самоцелью и должно соотноситься с ресурсами, направленными на её обеспечение. Принцип экономичности определяет эффективность затрат по обеспечению конкурентоспособности, соотнося затраты с результатами достижения заданного уровня конкурентоспособности автотранспортных услуг. Этот принцип лежит в основе выбора стратегии хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта, а также диверсификации процесса обеспечения конкурентоспособности автотранспортных услуг, связанной с конкурентоспособностью хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта.

Разработанный концептуальный подход *перспективного* развития конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта на основе сформулированных принципов предполагает не только планирование, но и следование определённым правилам ведения конкурентной борьбы с целью повышения конкурентоспособности автотранспортных услуг. Этот подход обуславливает устойчивое и всестороннее *перспективное* развитие конкурентоспособности, при котором потребители автотранспортных услуг могут максимально удовлетворять свои изменяющиеся потребности, а хозяйствующий субъект автомобильного транспорта получать максимальную прибыль и повышать свою конкурентоспособность.

В результате теоретического исследования предполагаемой специфической деятельности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, исследования системы научных значений конкурентоспособности, разработана авторская, научно-обоснованная концепция конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

1.2. СПЕЦИФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Формирование конкурентной среды на рынке автотранспортных услуг в современной рыночной экономике проходит в сложных специфических условиях. Разобщённость субъектов и объектов транспортной инфраструктуры, низкое качество предоставляемых автотранспортных услуг, отсутствие реальных механизмов государственного регулирования автотранспортной деятельности, хаотичность множества процессов, обеспечивающих функционирование отрасли, привели к значительному снижению конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте.

Становление конкурентного рынка автотранспортных услуг может стать решением задачи для повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта. Хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта, взаимодействие которых вызывает соперничество, а также отношения между ними образуют конкурентную среду на рынке автотранспортных услуг. Однако конкурентная среда формируется не только внутриотраслевыми хозяйствующими субъектами, предоставляющие аналогичные автотранспортные услуги и реализующие их на одном и том же рынке. Субъектами конкурентной среды являются также инфраструктурные субъекты, а также хозяйствующие субъекты, которые могут войти на рынок, и те, которые предоставляют потребителям замещающие автотранспортные услуги. Кроме них на конкурентную среду оказывают заметное влияние потребители автотранспортных услуг. Совокупность факторов, определяющих возможность хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта на рынке автотранспортных услуг извлекать прибыль, характеризует состояние конкурентной среды. Негативное влияние на состояние конкурентной среды рынка автотранспортных услуг оказывают административные барьеры и инфраструктурные ограничения. Один из наиболее главных ограничителей – это низкие темпы и качества развития инфраструктуры автотранспортной деятельности. Состояние автомобильных дорог, плотность сети, пропускная способность, регулярность сообщений, скорость доставки грузов и пассажиров, себестоимость перевозок, уровень автосервисных услуг имеют ключевое значение для развития конкурентной среды рынка автотранспортных услуг.

Хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта, как мы отметили, действуют на рынке автотранспортных услуг в постоянном соперничестве с конкурентами. Состояние конкурентной среды и действия конкурентов влияют на принимаемые решения хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, их планы и политику. Сбор информации о конкурентной среде обычно проводится с целью получения исходных данных для ответа на следующие вопросы.

1. Какие хозяйствующие субъекты действуют на рынке автотранспортных услуг и являются конкурентами?
2. Какую долю рынка занимает каждый из конкурентов?
3. Какие маркетинговые программы применяют конкуренты и насколько они эффективны?
4. Как конкуренты реагируют на маркетинговые действия хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта?
5. На какой стадии жизненного цикла находятся автотранспортные услуги конкурентов?
6. Каково финансовое состояние конкурентов, их организационная структура?
7. Какова стратегия конкурентов и какие методы они используют в борьбе за рынок автотранспортных услуг?

Большинство ответов на эти вопросы можно получить, произведя исследования конкурентной структуры рынка.

Теория конкурентного рынка включает в себя классификацию рынка по типам конкуренции и анализ механизмов функционирования, присущих каждому из данных типов.

Анализ внешней среды предполагает, прежде всего, исследование моделей современных рынков.

На основе литературных источников [5, 19, 32] выделим основные черты, характеризующие каждую из четырёх моделей рынка, применительно к отраслевой составляющей – автомобильному транспорту: чистая конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия, и дадим им краткую характеристику.

Изучение рынка автотранспортных услуг, по нашему мнению, следует вести по всему спектру характеристик – число хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта на рынке, тип услуг, контроль над ценами, условия вступления в отрасль, факторы неценовой конкуренции.

В автотранспортной отрасли, на наш взгляд, в основном созданы условия для развития рынков монополистической конкуренции, поскольку услуги по перевозке грузов и пассажиров, транспортно-экспедиционные услуги выполняются многими хозяйствующими субъектами автомобильного транспорта и вследствие сравнительно легкого «вступления в отрасль» существуют возможности дальнейшего расширения участников предоставляющих автотранспортные услуги. В частности, хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта могут иметь автотранспортные предприятия небольших

размеров, не требующих значительного начального капитала для покупки или аренды нескольких автотранспортных средств.

Подобная ситуация, как правило, имеет место в крупных городах с большим количеством хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта различной специализации и многочисленными потребителями автотранспортных услуг, предъявляющими к перевозке разнообразные по номенклатуре и значительные объёмы грузов и пассажиров.

При сравнительно небольшом числе хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта каждый из них контролирует относительно небольшую долю рынка автотранспортных услуг и не может влиять на ценовую политику в конкретном рыночном сегменте. Кроме того, при большом числе хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта исключается возможность их согласованных действий с целью ограничения объёма предоставляемых услуг и искусственного повышения цен.

Для модели рынка «олигополия» наиболее типичны перевозки в средних и небольших городах, выполняемых несколькими хозяйствующими субъектами автомобильного транспорта в условиях ограниченного числа клиентов и средних объёмов перевозок пассажиров и грузов определённой номенклатуры. Хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта имеют некоторые возможности контролировать тарифы и значительные возможности при тайном сговоре. Это означает, что необходим государственный контроль над установлением тарифов, в первую очередь, для социально значимых видов автотранспортных услуг.

В некоторых ситуациях хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта представляют собой чистую монополию. Монопольное положение в регионе может иметь хозяйствующий субъект, расположенный на достаточном удалении от других своих конкурентов, не оказывающих влияние на его работу, это, в основном, сельские районы. Даже в крупном городе, где расположены десятки хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, монополистом может быть, например, специализированный автотранспортный хозяйствующий субъект по перевозке крупногабаритных, тяжеловесных и опасных грузов в отсутствие других перевозчиков, претендующих работать в данном сегменте рынка. Определение хозяйствующим субъектом автомобильного транспорта своей модели рынка даёт, в основном, концептуальный подход к проблемам конкуренции и ценообразования. На практике трудно выделить рынки, строго соответствующие монополистической или олигополистической конкуренции. Даже на чисто монопольном рынке будет присутствовать какая-то конкуренция.

Оценивая свою конкурентоспособность, хозяйствующий субъект автомобильного транспорта, прежде всего, определяет своих главных конкурентов, их слабые и сильные стороны, географическое положение, долю рынка в общем объёме автотранспортных услуг по региону, объём и номенклатуру оказываемых услуг, дополнительный сервис, проводимую ценовую и сбытовую политику и т.д.

Здесь уместно выделить некоторые другие имеющие место рыночные структуры. В частности, дуополию, где присутствуют только два хозяйствующих субъекта автомобильного транспорта. Монополию, практикующую дискриминацию, когда применяются разные цены и тарифы для различных потребителей автотранспортных услуг. Двухсторонняя монополия, когда одному потребителю противостоит один перевозчик. Монополия, когда на рынке автотранспортных услуг имеется только один хозяйствующий субъект автомобильного транспорта.

Таким образом, приходим к выводу, что конкуренция на рынке автотранспортных услуг и работ, признаётся важнейшим фактором развития рынка автотранспортных услуг.

Итак, конкуренция является главной формой ведения экономики и определяет всю систему взаимоотношений между хозяйствующими субъектами как внутри страны, так и за её пределами.

Изучение конкурентов позволяет хозяйствующим субъектам автомобильного транспорта сравнить собственные показатели с показателями конкурентов, поскольку даёт им возможность определить, на каких направлениях сосредоточить свои усилия и средства, чтобы добиться преимуществ перед конкурентами или ликвидировать своё отставание от них.

Исследование конкурентной среды должно быть непрерывным и отражать не только текущее состояние дел, но и складывающиеся тенденции.

Трендовый анализ данных, полученных в результате таких исследований, хозяйствующие субъекты автомобильного транспорта должны использовать для прогнозирования изменений в конкурентной среде и заблаговременно планировать ответные ходы на возможные неблагоприятные изменения ситуации.

При исследовании рынка автотранспортных услуг нам необходимо обосновать рыночные возможности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта и разработать маркетинговые мероприятия по полному охвату этого рынка, занятия устойчивых позиций, применяя при этом эффективные стратегии сегментации рынка. Под эффективностью стратегии предполагаем степень удовлетворения группы потребителей услуг автомобильного транспорта, которые образуют конкретный рынок автотранспортных услуг. Потребители услуг автомобильного транспорта имеют неодинаковые характеристики спроса, потребности, мотивации к предлагаемым услугам.

Рынок автотранспортных услуг представляет собой неомогенную, неоднородную структуру, которая может меняться в зависимости от потребительских свойств услуг и состава групп потребителей этих услуг. Дифференциацию этой структуры можно осуществить методом сегментации рынка. Этот метод позволяет концентрировать маркетинговые усилия хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта на обеспечении спроса конкретной, избранной группы потребителей, а не на всех сегментах рынка. Сегмент рассматривается как совокупность группы потребителей, одинаково реагирующих на одни и те же предлагаемые автотранспортные услуги. Метод сегментации и есть средство осуществления дифференциации рынка автотранспортных услуг, где на основе изучения потребностей каждой группы потребителей, рынок автотранспортных услуг преобразуется в совокупность гетерогенных сегментов, для которых могут представляться соответствующие услуги автомобильного транспорта. Главная цель сегментации это ориентация гомогенных групп потребителей автотранспортных услуг на конкретный сегмент рынка.

Сегментацию рынка услуг автомобильного транспорта в зависимости от предполагаемого характера её проведения и от типа потребителей услуг, разделим на следующие категории: микросегментацию, которая предполагает формирование групп потребителей среднестатистического региона страны по видам экономической деятельности; сегментацию в зависимости от классификации потребителей автотранспортных услуг; сегментацию в зависимости от сферы назначения и использования

автотранспортных услуг; сегментацию возможного числа рыночных сегментов, отвечающих спросу потребителей услуг и возможностям хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта.

В зависимости от вида услуг автомобильного транспорта выделим сегментацию потребительских услуг и сегментацию услуг производственного назначения. К сегменту потребительских услуг отнесём услуги автомобильного транспорта по перевозке грузов, пассажиров и транспортно-экспедиционные услуги, потребителями которых является население. К сегменту услуг автомобильного транспорта производственного назначения отнесём услуги, потребителями которых являются предприятия различных видов экономической деятельности независимо от формы собственности.

Критерием сегментации потребительских услуг являются визуально-хронологические признаки, к которым отнесём признаки, характеризующие образ жизни и поведение потребителей автотранспортных услуг, привычки, мотивы поведения, факторы потребительского спроса.

Критерием сегментации услуг производственного назначения являются производственно-экономические признаки, к которым отнесём состояние предприятий различных видов экономической деятельности, масштабы потребителей услуг, уровень экономической конъюнктуры в регионе, численность работающих, динамика сбыта продукции, подлежащей транспортировке.

Особо важным аспектом сегментации рынка автотранспортных услуг является планирование сегментации. Планирование подкрепляется разработкой мероприятий, которые обуславливают начертание предполагаемых границ между сегментами. Мероприятия должны включать в себя:

- изучение потребностей в автотранспортных услугах;
- изучение характеристик потребителей автотранспортных услуг;
- анализ сходства и различий потребителей автотранспортных услуг;
- выбор сегмента рынка автотранспортных услуг;
- определение места хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта в конкурентной среде.

Структурная привлекательность сегментов рынка автотранспортных услуг характеризуется следующими особенностями:

- сегменты рынка автотранспортных услуг должны соответствовать спросу потребителей на эти услуги;
- сегменты рынка автотранспортных услуг должны быть различны;
- сегменты рынка автотранспортных услуг должны быть достаточны по размеру, чтобы предоставляемые услуги покрывали расходы.

Размер сегмента рынка автотранспортных услуг характеризуется его количественными параметрами, ёмкостью сегмента. Для определения ёмкости сегмента необходимо определить объём предоставляемых автотранспортных услуг, выявить численность потенциальных потребителей автотранспортных услуг в регионе.

На основе изучения ёмкости оценивается динамика его роста, что является базой для формирования производственных мощностей и структуры по предоставлению автотранспортных услуг.

Сегмент рынка автотранспортных услуг должен обладать высоким уровнем и разновидностью предоставляемых услуг, умеренной конкуренцией и реальными требованиями потребительского спроса.

Для оптимизации числа возможных сегментов рынка автотранспортных услуг можно использовать концентрированный и дисперсный методы. Концентрированный метод основан на интерактивном, последовательном поиске лучшего сегмента. Дисперсный метод предполагает работу сразу на нескольких сегментах рынка автотранспортных услуг, а затем путём оценки результатов действительно за какой-то период осуществляется отбор наиболее эффективных рыночных сегментов.

Изложенные теоретические подходы и методы исследования сегментации рынка автотранспортных услуг позволяют нам определить ёмкость рынка автотранспортных услуг предприятий различных видов экономической деятельности, оптимизировать сегментацию рынка характерных потребителей автотранспортных услуг, на примере региона (Тамбовская обл.). Так, основными потребителями автотранспортных услуг в среднегодовом исчислении, являются потребительские услуги населению (перевозка грузов 24,5 %, перевозка пассажиров автобусами 87,2 %, легковыми автомобилями 26,7 %). Потребители производственных услуг – это сельское и лесное хозяйство (перевозка грузов 45,5 %, перевозка пассажиров автобусами 3,5 %, легковыми автомобилями 14,3 %); обрабатывающие производства (перевозка грузов 15,7 %, перевозка пассажиров автобусами 4,4 %, легковыми автомобилями 11,5 %): строительство (перевозка грузов 13,8 %, перевозка пассажиров автобусами 0,8 %, легковыми автомобилями 2,4 %) и др.

На основе изученных материалов [8, 15, 31, 59] и исследования особенностей функционирования автотранспортной деятельности в регионе, а также с целью повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, разделим рынок автотранспортных услуг на сегменты, с учётом наиболее характерных типов потребителей этих услуг. Разделение рынка на сектора учитывает, прежде всего, специфические для среднестатистического региона особенности отдельных видов автотранспортных услуг.

Субъектам автомобильного транспорта необходимо тщательно изучать характеристики своих главных клиентов с целью максимального проникновения на такой рыночный сегмент, что позволит значительно повышать конкурентоспособность предоставляемых автотранспортных услуг в этом сегменте.

Разбивку клиентуры на однородные группы проводим в зависимости от расстояния перевозок, специфики грузов, партионности отправок, особых требований к доставке и др. Наибольший интерес представляют те рыночные сегменты, где позиции конкурентов слабы, а спрос достаточно высок.

Совокупность факторов, определяющих развитие спроса и предложения, находится в сложной динамической взаимосвязи. Изменение действия одних факторов вызывает изменение действия других.

Формализованная модель рынка представляет условное отображение реальной действительности и схематически выражает внутреннюю структуру и причинные связи данного рынка. Для каждого рынка система показателей может иметь различное число уравнений и понятий, однако в любом случае она должна включать в себя уравнения спроса и предложения.

При моделировании мы должны четко понимать, что нас интересует функционирование чисто конкурентных рынков. Подобные рынки предполагают большое число независимо действующих клиентов и перевозчиков, заинтересованных в

предоставлении однотипных услуг [20, 22, 28, 52, 53]. Точнее, мы имеем в виду тот тип рынка, где равновесная цена и эластичность спроса на автотранспортные услуги выявляются посредством согласованных решений потребителей и хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта.

Автомобильные дороги как составляющая транспортной инфраструктуры и неотъемлемый элемент её строения имеет ключевое значение для развития конкурентной среды рынка автотранспортных услуг.

Успех и эффективность экономической реформы, достижение сбалансированной, гармоничной структуры отраслей, обеспечение многоуровневого функционирования производственных взаимосвязей и взаимодействий субъектов рыночной экономики во многом зависят от состояния конкурентной среды рынка автотранспортных услуг. Состояние автомобильных дорог является здесь основным приоритетом.

В настоящем исследовании предпринята попытка теоретически обосновать эти предположения на основе научно-обоснованного понимания сущности дорожной составляющей в транспортной инфраструктуре, её роли в развитии конкурентной среды и конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, а также подтвердить эти предположения практическим решением обозначенной проблемы.

Проведём теоретическое исследование автомобильных дорог, как основного элемента транспортной инфраструктуры и дадим обоснование этой инфраструктуре. Термин «инфраструктура» образован от латинского «infra» – внизу, под и «structura» – основание, фундамент, внутреннее строение экономической системы. Реальное смысловое и логическое понятие термин «инфраструктура» имеет, если он употребляется в словосочетании с конкретной организационно-экономической системой, различными субъектами и объектами системы, например, транспортная инфраструктура. Инфраструктура в рыночной экономике не обслуживает, а обеспечивает нормальное функционирование экономики.

Из данного определения вытекает, что инфраструктура, как некая подсистема в системе призвана, во-первых, обеспечить функционирование взаимосвязей между элементами самой системы, к которым относятся её субъекты и объекты. Именно в этом состоит её основная функция, которая, очевидно, носит пассивный характер. Во-вторых, помимо обеспечивающей функции инфраструктура одновременно выполняет регулирующую функцию, определённым образом упорядочивая взаимодействие элементов самой системы. Эту функцию отнесём к активной функции. Предположим, что автотранспортная деятельность со своей инфраструктурой функционирует как система. Каждая её составляющая есть элемент системы, который может существовать только потому, что находится с другими элементами во взаимосвязи и взаимозависимости и выражает общую направленность развития системы как единого целого. В то же время отдельные элементы этой системы выполняют свои специфические функции, в зависимости от взаимодействия с системой в целом и между собой. Эта система всегда находится в развитии и должна обладать целостностью, стабильностью, устойчивостью. Автотранспортная деятельность может существовать на основе полного экономического равновесия между своими элементами. Однако, данное теоретическое предположение о единстве равновесия современного состояния автотранспортной деятельности нарушено.

Автомобильные дороги, являясь одним из элементов транспортной инфраструктуры, обеспечивающие граждан в передвижении и делающие возможным предоставление автотранспортных услуг, теряют своё равновесное состояние во взаимосвязи развития экономики и автотранспортной деятельности. Это равновесие нарушается целым рядом причин.

Во первых, имеются противоречия между огромным территориальным, сырьевым, топливно-энергетическим потенциалом нашей страны и низким уровнем обеспеченности автомобильными дорогами. Это противоречие усугубляется несоответствием существующих автодорог нормативным требованиям и перегрузкой действующей сети автомобильных дорог.

Вторая причина вызвана увеличением валового внутреннего продукта, ростом спроса на конкурентоспособные услуги автомобильного транспорта, массовой автомобилизацией страны, при одновременном отставании в развитии дорожной сети. При росте уровня автомобилизации на 85 % за последние 10 лет протяженность автомобильных дорог общего пользования и городских улиц увеличилась соответственно на 16 и 4,5 %.

В условиях глобализации мировой экономики и развития внешнеэкономических связей территория нашей страны может оказаться в экономической изоляции из-за отставания в развитии автодорожной сети, несоответствия её международным требованиям, отсутствия развития сети скоростных автомагистралей, позволяющих без задержек движения пересекать территорию страны.

Высокая капиталоемкость дорожных объектов и длительный срок их окупаемости, сдерживает привлечение капиталовложений, приток частных инвестиций в модернизацию и развитие автодорожной сети.

Указанные причины свидетельствуют о том, что автомобильные дороги выступают одним из ограничителей, сдерживающих развитие конкурентной среды рынка автотранспортных услуг, снижают конкурентоспособность услуг автомобильного транспорта и, как следствие, конкурентоспособность значительной части российских товаров, ухудшают качество жизни населения. Ежегодная сумма потерь, связанных с недостаточным развитием дорожной сети и её низким техническим состоянием, оценивается в 1,8 трлн. р., что составляет 4,3 % ВВП страны.

Приоритетными направлениями развития конкурентной среды и повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта является улучшение характеристик транспортной инфраструктуры, в том числе: увеличение пропускной способности автомобильных дорог за счёт строительства и реконструкции федеральных и региональных автомобильных дорог; сокращение времени доставки грузов и пассажиров; снижение транспортных издержек; обеспечение безопасности услуг автомобильного транспорта.

Строительство частных автомобильных дорог стимулирует улучшение конкурентной среды рынка автотранспортных услуг. Мотивация к поддержанию работоспособного состояния этих дорог намного выше, чем у других владельцев автомобильных дорог. Фундаментальное значение для формирования конкурентной среды приобретает тенденция реконструкции автомобильных дорог с целью доведения их до более высоких категорий.

Техническое состояние подвижного состава автомобильного транспорта оказывает особое влияние на формирование конкурентной среды рынка автотранспортных услуг. Основу транспортной инфраструктуры по техническому обслуживанию

и ремонту автомобилей, в целях создания общих условий для успешного функционирования рынка автотранспортных услуг, составляют предприятия автосервиса.

Высокие темпы автомобилизации, развитие рынка автотранспортных услуг обусловили существенный рост автосервисных услуг и, как следствие, увеличение количества предприятий транспортной инфраструктуры. Деятельность современных предприятий автосервиса характеризуется разнообразием и сложностью номенклатуры услуг, что является адекватной реакцией на нужды и потребности владельцев автотранспортных средств.

Следование запросам рынка обуславливает необходимость расширения масштабов деятельности предприятий автосервиса, исследования факторов, оказывающих влияние на усиление конкурентных преимуществ и определения путей повышения конкурентоспособности. Особое значение приобретают придорожные предприятия автосервиса.

В процессе исследования выявлены основные тенденции и закономерности становления и развития предприятий автосервиса, оказывающие существенное влияние на развитие рынка услуг автосервиса в целом. Предпосылками повышения конкурентоспособности предприятий автосервиса являются: формирование конкурентной среды рынка автотранспортных услуг; существенный рост автопарка страны; моральная и физическая изношенность подвижного состава; увеличение срока службы автомобилей; тенденция к интеграции автомобильных заводов и их дилерских кампаний.

В ходе проведённых исследований выявлены и другие тенденции положительно влияющих на формирование конкурентной среды рынка автотранспортных услуг:

- возрастающие требования к предприятиям автосервиса по совершенствованию технологий организации технического обслуживания и ремонта автомобилей отечественного и зарубежного производства;
- экологические требования к предприятиям автосервиса по утилизации отходов;
- поддержка предприятий автосервиса, соблюдающих правило: продажа – сервис – запчасти;
- качество услуг автосервиса основывается на соответствии стандартам, использовании фактических требований рынка и патентных требований.

Выделим основные направления конкурентных преимуществ предприятий автосервиса, способствующих улучшению конкурентной среды рынка автотранспортных услуг: концентрация на себе, концентрация на конкурентах, ориентация на потребителей, ориентация на рыночную перспективу.

Обозначим перечень управленческих решений, обеспечивающих повышение конкурентоспособности предприятий автосервиса, на основе системы взаимосвязанных показателей. Выделим следующие оценочные показатели деятельности предприятий автосервиса: финансы, производство, маркетинг, персонал, качество, деловая активность, клиенты и инвестиции.

Важнейшими этапами анализа являются: определение наилучшего состояния отдельных показателей конкурентоспособности предприятия автосервиса; выявление отклонений величины показателей от эталонных; установление причин, вызвавших эти отклонения; выработка управленческих решений, позволяющих скорректировать выявленные отклонения.

Целевая функция развития предприятия автосервиса представлена следующим набором направлений обеспечения конкурентоспособности:

$$Z = f(\Phi, П, М, Р, К, Д, Кл, И),$$

где Φ – финансы; П – производство; М – маркетинг; Р – персонал; К – качество; Д – деловая активность; Кл – клиенты; И – инвестиции.

Подводя итоги исследований, отметим, что развитая конкурентная среда на рынке услуг автомобильного транспорта, способствует повышению конкурентоспособности предоставляемых услуг, обеспечивает финансовую стабильность хозяйствующих субъектов и защиту интересов потребителей услуг.

1.3. ПОКАЗАТЕЛИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Исследуя проблемы конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, отметим, что конкурентоспособность связана с характером конкуренции на конкретном рынке автотранспортных услуг и временем реализации услуг. Значительная масса потребителей пользуется теми услугами, которые отвечают общественным и личным потребностям. Основные факторы конкурентоспособности автотранспортных услуг выражаются соответствием интересов потребителя услуг, его платёжеспособностью, удобством, доверием к услугам.

Конкурентоспособность, с теоретической точки зрения, – это уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов, общественной полезности автотранспортных услуг относительно их использования конкурентами. Конкурентоспособность определяется качественными и стоимостными значениями автотранспортных услуг, которые всесторонне «оцениваются» потребителем по значимости, удовлетворённости, расходами на пользование.

В соответствии с законами рынка, чем выше конкурентоспособность, тем больше объём реализации услуг и объём производства, что способствует снижению производственных затрат и цен, что, в свою очередь, создаёт дополнительные предпосылки для повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

Рыночные отношения выдвигают новые требования к свойствам конкурентоспособности автотранспортных услуг. Совокупность свойств автотранспортных услуг, которая характеризуется качественными и стоимостными параметрами, представляет собой базовые элементы в системе факторов конкурентоспособности услуг. Качество и цена являются здесь главными составляющими элементами конкурентоспособности автотранспортных услуг. Однако методом познания и изучения явлений автотранспортных услуг выявлена тенденция, при которой ценовая конкуренция постепенно уступает качеству услуг [21, 24, 30, 40, 63].

Дадим краткое теоретическое обоснование понятию и трактовки качества, оценки и значимости, свойств и параметров качества.

Качество – комплексное интегрирующее понятие всех сторон продуктивной деятельности, направленной на удовлетворение многообразных потребностей общества и каждого человека.

Качество продукции это совокупность существенных свойств, количественно оцениваемых системой технико-экономических показателей, отличающих её от другой аналогичного назначения, определяющих степень удовлетворения потребностей и спрос в рыночных условиях.

Качество представляет собой свойство удовлетворить потребности конкретного потребителя. Однако качество подразумевает не только продукт, но и объект качества, которым может быть: деятельность или процесс; продукция (материального и нематериального характера); предприятие или отдельное лицо. Свойство объекта в данном случае может быть представлено совокупностью его характеристик. В этой связи Международный Стандарт ISO 8420 даёт следующее определение качества: «Качество – это совокупность характеристик объекта, относящихся к его способности удовлетворить установленные и предполагаемые потребности» [10, 16, 41, 47].

Отметим, что качество автотранспортных услуг выполняет определяющую роль в формировании и оценке конкурентоспособности этих услуг, т.е. главным фактором конкурентоспособности автотранспортных услуг является качество. Однако, несмотря на тесную взаимосвязь между понятиями конкурентоспособности автотранспортных услуг и качества автотранспортных услуг, они неравнозначны. Понятие конкурентоспособности автотранспортных услуг значительно шире понятия качества автотранспортных услуг, хотя качество является составной частью конкурентоспособности. К примеру, при неизменных свойствах качественных автотранспортных услуг конкурентоспособность услуг может меняться в результате изменений условий спроса, поведения конкурентов. В основном с позиций качества следует давать оценку лишь однородным автотранспортным услугам и их конкурентоспособности.

Для каждого вида автотранспортных услуг учитываются свои специфические уровни качества. Они распознаются методами решения практических задач для достижения конкретных целей: своевременности и безопасности выполнения перевозок, сохранности перевозимых грузов, снижения затрат перевозочного процесса, гарантированности высокого качества перевозок пассажиров, расширения сфер автотранспортных услуг.

Исследование качеств услуг автотранспортного предприятия нами достигается с помощью методов оценочных показателей, которые отражают не только уровень качества и эффективность, но и стимулируют предложения на услуги, отличительные от своих конкурентов по гарантированности, срочности, объёму, уровню тарифов, технологии доставки и т.д. Качество перевозок грузов, к примеру, оцениваем методом совокупности характеристик, определяющих их пригодность удовлетворять потребности грузоотправителей или грузополучателей в соответствующих перевозках [11].

В исследовании данной проблемы нами предпринята попытка с помощью метода совокупности норм, правил, требований, регулирующих деятельность автотранспортных предприятий на рынке автотранспортных услуг, изложить значимость показателей качества транспортного обслуживания потребителей при оценке конкурентоспособности автотранспортных предприятий.

К примеру, показатель надёжности перемещения точно по графику определяется временем перемещения пассажира по маршруту. В основе определения показателя доступности заложена частота движения автомобильного транспорта в определённый промежуток времени. Безопасность работы автомобильного транспорта выражается безотказностью работы, т.е. свойством подвижного состава выполнять свои функции в течение заданного периода времени. Стоимостный показатель характеризует оценку потребительского спроса на услуги автомобильного транспорта через величину тарифа и т.д.

При оценке конкурентоспособности автотранспортного предприятия следует учитывать качественные характеристики:

- высокую культуру обслуживания пассажиров;
- необходимые удобства в пути;
- скорость и своевременность доставки грузов;
- сохранность грузов;
- расширение пакета предоставляемых услуг;
- обеспечение качества транспортно-экспедиционного обслуживания и др.

Однако, даже эти, очень важные для перевозочного процесса характеристики, на наш взгляд, дают обобщённый показатель качества перевозок. К примеру, культура обслуживания пассажиров зависит от множества компонентов, включая: репутацию перевозчика; состояние улиц и дорог; пропускную способность; наличие и работоспособность линейных сооружений; качество регулирования дорожного движения; состояние социальных вопросов, связанных с льготным и бесплатным проездом, касающихся значительной части пассажиров при перевозке их в городском сообщении.

Применение в данном случае усреднённых и средневзвешенных оценок, а также оценок, полученных опросным методом, как предлагают авторы [4], не всегда дают объективные результаты качества обслуживания пассажиров. Их можно применять, но только по незначительным элементам, косвенно влияющих на качество перевозок.

Многообразие услуг и сфер применения автомобильного транспорта определяет целесообразность наличия различных видов, типов и моделей подвижного состава, необходимых для конкретных, местных, с учётом климатических и дорожных условий эксплуатации.

Качество транспортного обслуживания в данном случае можно оценить по следующим параметрам:

- по оценке пригодности подвижного состава, главным критерием которого должно быть соответствие виду перевозок и оказываемых услуг;
- по установленным нормативам, для рыночных условий можно отнести сроки доставки отдельных видов грузов в зависимости от расстояний перевозки и других условий доставки, нормативы по обеспечению сохранности перевозимых грузов и др.;
- по качественным характеристикам аналогичных перевозок автотранспортных предприятий-конкурентов, для этого необходимо изучение технологий и методов организации перевозок других автотранспортных предприятий в регионе;
- по требованиям потребителя перевозок и услуг, для чего изучить эти требования, разработать мероприятия по удовлетворению этих требований и реализовать их.

В реальных условиях рынка автотранспортных услуг более важным может оказаться сравнительная характеристика качества транспортного обслуживания, выполняемая одним автотранспортным предприятием с такой же характеристикой, выполняемой другим автотранспортным предприятием. При этом важно оценить не только сам процесс перевозки, но и дополнительные услуги, предоставляемые потребителю.

С учётом анализа различных способов оценки качества транспортного обслуживания и возможности определения показателей качества, влияющих на конкурентоспособность автотранспортного предприятия, к примеру, при перевозке грузов, выделим два основных показателя:

- уровень специализации парка автотранспортных средств,
- уровень перевозок грузов по графикам.

Уровень специализации парка автотранспортных средств характеризует способность выполнять перевозки различных грузов с наименьшими количественными и качественными потерями. Анализ зарубежного и отечественного опыта показывает, что автотранспортные предприятия с высоким уровнем специализации парка наиболее качественно выполняют доставку грузов, при этом коэффициент специализации парка составляет 70 и более процентов.

Примем для сведения, что к специализированным автомобилям относятся автомобили-самосвалы, автомобили-фургоны и рефрижераторы, автомобили-цистерны, автомобили-металловозы и контейнеровозы, автомобили для перевозки строительных конструкций и другие автомобили со специализированными кузовами.

Если уровень специализации парка составляет 100 %, экспертно можно принять, что автотранспортное предприятие способно обеспечить сохранность перевозимых грузов, поэтому в этом случае конкурентоспособность его будет высокая. При снижении уровня специализации парка снижается его способность в обеспечении сохранности перевозимых грузов, т.е. снижается его конкурентоспособность. При уровне специализации парка менее 50 % – предприятие следует считать неконкурентоспособным.

Частично можно согласиться с такими суждениями, так как специализация парка действительно отражает качество транспортных работ. Однако наши исследования с учётом рыночных ситуаций, чрезмерная специализация автотранспортных средств зачастую приводят к негативным моментам, связанным, в первую очередь, с непредвиденными простоями и низкой эффективностью использования специализированного подвижного состава из-за отсутствия объёмов транспортных работ и вынужденном использовании его на других перевозках, не требующих специализации.

Натурные наблюдения использования автомобильного транспорта ОАО «Котовская автоколонна 1805» показали, что при перевозке грузов для предприятий и организаций разных форм собственности г. Котовска Тамбовской области специализированный транспорт из-за своей избыточности используется на несвойственных ему малоэффективных перевозках, приносящий солидные, до 20 % годовых, потери транспортной продукции. Уровень перевозок специализированным транспортом должен соответствовать реальным долгосрочным потребностям клиентуры. Они должны находить свое отражение в социально экономическом развитии региона и подтверждаться договорными обязательствами, а не носить стихийный, скачкообразный характер. Только при таких условиях можно оценить перевозки по данному показателю и определить конкурентоспособность автотранспортного предприятия.

При оценке конкурентоспособности автотранспортного предприятия по показателю «качество транспортного обслуживания» одним из показателей является уровень перевозок, выполняемых по графикам. Уровень перевозок по графикам характеризует способность автотранспортного предприятия доставлять грузы своевременно, в намеченные сроки. Чем выше уровень перевозок по графикам, тем выше конкурентоспособность автотранспортного предприятия, соответственно качество обслуживания потребителя будет выше.

По мнению авторов [32], при 100 % уровне перевозок по графикам достигается самый высокий уровень конкурентоспособности автотранспортного предприятия. Снижение этого уровня приводит к снижению его конкурентоспособности. Если уровень перевозок грузов по графику менее 40 %, они считают, что автотранспортное предприятие неспособно качественно обслуживать потребителя с обеспечением доставки грузов в срок.

В реальных условиях можно только теоретически предположить 100 % работу грузового автомобильного транспорта по графикам, которая необходима и достигается, согласно проведённых исследований, только на социально-значимых перевозках и перевозках по сдельному тарифу, при массовых перевозках, когда в графиках помимо перевозчика остро нуждается и грузоотправитель, и грузополучатель.

К примеру, в большинстве регионов ЦФО вывозка зерна на хлебоприёмные пункты сахарной свеклы на сахарные заводы с целью рассредоточения времени прибытия автомобилей под разгрузку строится только по часовым графикам, так как количество одновременно прибывающих автомобилей в эти пункты в десятки раз превышает количество весовых и разгрузочных пунктов.

К тому же существуют перевозки с применением повременных и покилометровых тарифов, где учёт груза не предусмотрен, да и невозможен. Работу автомобильного транспорта на междугородных перевозках, в силу их стихийности на рынке автотранспортных услуг, можно только условно отнести к работе по графикам. Поэтому при оценке работы автомобильного транспорта по данному показателю следует исходить из реальных объёмов перевозок, готовности пользователей автомобильного транспорта обеспечить работу по графикам и способности автотранспортных предприятий организовать работу по графикам в заданных объёмах. А уровень перевозок по графикам, характеризующий качество обслуживания потребителя, следует определять отношением фактического объёма перевозок, выполненных по графику, не к общему объёму выполненном перевозчиком в целом как предлагает авторы, а к объёму, принятому и согласованному в установленном порядке (на основе договорных обязательств) с грузоотправителями и грузополучателями, который подлежит перевозке по графику. В предлагаемом варианте будет наиболее объективная и реальная оценка качества перевозок по данному показателю, а, следовательно, и объективная оценка конкурентоспособности автотранспортного предприятия.

Проведённые отдельные теоретические и практические исследования качества транспортной продукции подтверждают её характерные особенности, зависящие не только от эксплуатационных свойств и характеристик подвижного состава, технико-экономических показателей при его использовании, но и от самой природы транспортного процесса.

К примеру, от состояния дорог и систем управления дорожным движением зависит комфортабельность и безопасность движения, скорость доставки грузов и перевозки пассажиров, производительность и себестоимость перевозок, т.е. характеризующих качество и эффективность автотранспортных услуг, а, значит, и конкурентоспособность автотранспортных предприятий.

Исследование показателей конкурентоспособности автотранспортных предприятий нами проводится на основе совокупности отдельных методов, способов организации теоретической и практической деятельности, направленной на

предоставление конкурентоспособных автотранспортных услуг, т.е. используем в своих исследованиях приёмы частной методологии.

Сделаем вывод, что учесть весь перечень качественных характеристик и показателей оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий практически невозможно.

Поэтому наиболее распространённой моделью анализа и оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий является разработка простейшего алгоритма определения уровня конкурентоспособности. На первом этапе разрабатываем систему показателей качества в зависимости от предоставляемых видов автотранспортных услуг, их значимости и запросов потребителей, это могут быть измеримые и неизмеримые (бальные) показатели. К примеру: объём перевозок, регулярность движения, интервал движения, скорость сообщения, оценка внешнего вида подвижного состава, надёжность водителя, эксплуатационное состояние маршрута, состояние подъездных путей к местам погрузки и выгрузки груза и т.д. Затем делаем анализ факторов, определяющих конкурентоспособность в динамике и уровень конкурентоспособности автотранспортных предприятий. Далее проводим мониторинг предоставляемых однотипных услуг конкурентами. Если уровень конкурентоспособности автотранспортных предприятий не достиг цели, то выявляем причины и принимаем меры для их устранения. Если достиг, то вырабатываем стратегию развития конкурентоспособности автотранспортных предприятий. (Предложенные методы, с фактическими расчётами, влияющие на конкурентоспособность автотранспортных услуг и автотранспортных предприятий в целом, помещены в следующих параграфах и главах).

Изложенные взгляды дают понимание сути обозначенного метода исследования, отражают самостоятельный его статус как особого вида познания и упорядочения научной информации.

Характерным признаком рыночных отношений является конкуренция автотранспортных предприятий, как производителей автотранспортных услуг за рынок сбыта своих услуг, т.е. перевозки грузов и пассажиров, транспортно-экспедиционные услуги, с целью получения высоких финансовых результатов.

Рыночные возможности автотранспортного предприятия представляют собой комплексные интегрированные характеристики, показывающие умение хозяйствующего субъекта действовать на рынках автотранспортных услуг, опираясь на знания потребностей клиентов и их платёжеспособный спрос, намерений конкурентов, совершенствование технологических процессов предоставляемых услуг, т.е. от чего зависит конкурентоспособность автотранспортного предприятия.

Эти сочетания рассматриваются нами как метод совокупности характеристик, формулирующий деятельность автотранспортного предприятия в виде рациональных действий, направленных на достижение его конкурентоспособности.

Под конкурентоспособностью автотранспортного предприятия следует понимать его способность организовывать и осуществлять услуги, которые по своему качеству, стоимости и другим характеристикам являются более привлекательными для потребителя, чем перевозки и услуги, предлагаемые конкурентами. При определении автотранспортным предприятием конкурентных преимуществ необходимо ориентироваться на запросы потребителей и убеждаться, что эти преимущества положительно оцениваются ими.

Применяя метод оценочных показателей конкурентоспособности автотранспортного предприятия, выделим основные из них:

- соотношение спроса и предложения на перевозки;
- качество транспортного обслуживания;
- соотношение доходов и расходов на перевозки;
- количество видов перевозок и услуг;
- ресурсы автотранспортного предприятия.

Интегральный показатель конкурентоспособности автотранспортного предприятия (K_0) определяется как средневзвешенная величина полученных коэффициентов:

$$K_0 = (K_{сп} + K_k + K_n + K_b + K_p) / N,$$

где N – количество показателей; $K_{сп}$ – коэффициент спроса и предложения; K_k – коэффициент качества; K_n – коэффициент соотношения доходов и расходов; K_b – коэффициент видов перевозок; K_p – коэффициент ресурсов.

Наличие в формуле коэффициента спроса и предложения вызывает необходимость получения информации о рынке автотранспортных услуг в части перевозки грузов. В качестве спроса выступает объём платёжеспособного спроса, а в качестве предложения – объём предлагаемых всеми участниками рынка автотранспортных услуг. В практической деятельности измерить объём предложения при динамично развивающемся рынке коммерческих перевозок не всегда удаётся на уровне «несмещаемости» и «эффективности» оценки этого показателя. Поэтому мы считаем целесообразным в данной формуле $K_{сп}$ – коэффициент спроса и предложения заменить на коэффициент ликвидности услуг $K_{ул}$.

В пользу замены коэффициента спроса и предложения на коэффициент ликвидности услуги свидетельствует и тот факт, что через последний из них можно судить о перспективности сотрудничества между хозяйствующими субъектами автомобильного транспорта и потребителями автотранспортных услуг, о возможности расширения бизнеса. Так, поддержание известного уровня ликвидности помогает субъектам автомобильного транспорта снизить риск сбыта, т.е. формирует у потребителей доверительное отношение к себе.

Ликвидность услуги в системе оценочных коэффициентов конкурентоспособности имеет особое значение. Под ликвидностью услуги следует понимать её способность превращаться в деньги, т.е. быть реализованной. Это в узком понимании данного термина. В широком смысле ликвидность показывает меру свободы выбора потребителя не только по результатам продаж (выручки от реализации услуг), но и по результатам потребления услуги в целом.

Ликвидность услуги – это готовность хозяйствующего субъекта обеспечить возврат услуги покупателю в денежной форме или восстановление (доведение) качества услуги в пределах продажной цены.

Хозяйствующий субъект автомобильного транспорта поступает так, руководствуясь собственной выгодой, в первую очередь, и из чувства справедливости – в последующую очередь. При известном уровне конкуренции преимущества при выборе потребителями автотранспортных услуг получают наиболее ликвидные услуги. Ликвидность услуги – это при прочих равных условиях и степень её качества. Важно подчеркнуть, что повышение ликвидности услуг это ещё и усиление

контроля со стороны потребителей за установлением цен. Наличие ликвидности снижает, а, в лучшем случае, исключает включение в цену услуги дополнительных издержек и напрямую стимулирует продавца к снижению нормативных издержек потребления. Действие закона экономической взаимосвязи затрат в сферах производства и потребления предполагает деление издержек потребителя на нормативные и дополнительные. По оценкам отдельных специалистов затраты потребителя в 5 – 25 раз больше затрат производителя. Для сравнения в странах с развитой рыночной экономикой это соотношение в 3–4 раза меньше, чем по российским предприятиям.

Так, нормативные издержки отражают средний сложившийся в отрасли уровень возможностей производства услуги. Их назначение – установить для потребителя тот уровень затрат, без которого невозможен в современной экономике уровень потребления. Дополнительные издержки потребителя – это затраты сверх нормативных. Их экономическая природа «кроется» в некачественной работе, как самого производителя услуг, так и тех участников рынка услуг, которые поставляют материальные ресурсы. Включение этого вида издержек в цену услуги вызвано неразвитостью рынка с точки зрения его конкурентной составляющей.

Вышеприведённые рекомендации позволяют также по-новому подойти к ценообразованию на рынке автотранспортных услуг. На настоящий момент конкурентная цена отражает в основном позицию хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта, а надо, чтобы в ней присутствовал и интерес потребителя. Поэтому часть прибыли производителя услуг должна направляться ему. Как известно, дополнительные издержки потребления включаются в цену услуги, что приводит к образованию сверхприбыли. Ликвидность услуги позволяет устранить из состава цены этот вид издержек. Можно рекомендовать сделать расчёт этого показателя через соотношение нормативных и дополнительных и издержек. Чем ближе он к единице, тем услуга ликвиднее. Иначе говоря, дополнительные издержки при этом незначительны.

На практике в качестве нормативных издержек могут выступать среднеотраслевые (среднерегиональные) издержки. В отсутствие подобной информации можно воспользоваться сложившимися рыночными ценами на автотранспортные услуги и нормативами рентабельности на эти услуги. Коэффициент ликвидности услуги можно рассчитать как отношение нормативных издержек к цене услуги. Данные по этим показателям берутся из калькуляций услуг, составляемых хозяйствующими субъектами автотранспортного рынка. Если первый вариант расчёта коэффициента ликвидности услуг выражает соотношение интересов продавца и потребителя услуг, то второй – долю дополнительных затрат потребителя в цене услуги или (насколько это приемлемо в данном контексте) – упущенную экономию потребителя.

С целью практического применения вышеприведённой формулы рекомендуем коэффициент соотношения доходов и расходов заменить на коэффициент прибыльности реализации услуги, поскольку потребность в услуге получает количественную определённость в форме потребительского заказа. Концепция прибыльности ориентирует продавца на норму (или массу) прибыли. Фактор конкуренции вносит в неё поправку: прибыльной является такая продажа, которая опирается на конкурентное ценообразование. Иначе говоря, продавец, предлагающий конкурентоспособную услугу вправе рассчитывать не столько на продажу, сколько на то, что каждая единица реализуемой услуги принесёт дополнительную прибыль за счёт менее конкурентоспособной услуги. Коэффициент прибыльности услуги можно рассчитать как отношение величины прибыли (эффекта потребителя) к цене. Величина прибыли формируется в конкурентной цене, которая находится по формуле

$$Ц_{кон.} = Ц_{пок.} + \Delta_{пот.},$$

где $Ц_{кон.}$ – конкурентная составляющая цены; $Ц_{пок.}$ – цена покупки услуги; $\Delta_{пот.}$ – доля (эффект) потребителя в произведённой или полученной в ходе конкурентной борьбы прибыли.

Развивая эту концепцию, полезно рассчитать отношение прибыли потребителя услуги к прибыли продавца услуги. Однако на российских автотранспортных предприятиях ввиду неразвитости рынка информационных услуг получить сведения о прибыли конкурентов достаточно трудно, а порой и невозможно.

Конкурентоспособность автотранспортного предприятия в любом случае можно рассматривать как уровень эффективности использования им экономических ресурсов относительно других участников рынка. В рыночной экономике эффективность чаще всего выражается через рентабельность услуги, рассчитанную как отношение прибыли к необходимым для её получения затратам. Отсюда конкурентоспособность автотранспортного предприятия характеризуется отношением его рентабельности услуги к средневзвешенной рентабельности услуги по выборке предприятий. Но рассчитанный таким образом показатель конкурентоспособности или как один из его коэффициентов в интегральной модели не отражает долю автотранспортного предприятия на соответствующем рынке.

Здесь можно согласиться с мнением Э.В. Минько и М.Л. Кричевского [40, с. 131–132], согласно которому в качестве одного из критериев конкурентоспособности предприятия следует рассматривать отношение изменения доли рынка хозяйствующего субъекта в сравнении с предшествующим периодом к изменению доли рынка по выборке предприятий этого рынка. Вышесказанное характеризует маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности автотранспортного предприятия.

В математическом виде показатель конкурентоспособности автотранспортного предприятия может быть выражен в виде

$$K_{пр.} = K_r K_l; \quad K_r = r / R;$$

где K_l – корень квадратный из выражения I / I_2 ; $K_{пр.}$ – показатель конкурентоспособности предприятия; K_r – показатель конкурентоспособности предприятия по рентабельности; K_l – показатель конкурентоспособности предприятия по динамике доли рынка; r – рентабельность продукции предприятия; R – средневзвешенная рентабельность продукции по выборке; I – индекс изменения объёмов выручки предприятия; I_2 – индекс изменения объёмов выручки по выборке.

Модифицируя приведенную выше формулу интегрального показателя конкурентоспособности автотранспортного предприятия, нами предпринята попытка её усовершенствования с учётом современной рыночной экономики.

Сделаем предположение, что конкурентоспособность автотранспортного предприятия складывается из двух составляющих: конкурентоспособного подвижного состава и конкурентоспособности предоставляемых автотранспортных услуг.

Проблема конкурентоспособного подвижного состава автомобильного транспорта остро встала в период вступления России в члены ВТО. В данном случае таможенные пошлины на автомобильный транспорт будут снижены, их количество на отечественном рынке существенно возрастёт. При этом достойную конкуренцию российские автомобилестроители пока ещё составить не могут.

В этой связи решение задач по развитию, совершенствованию и внедрению научной системы повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции (подвижного состава автомобильного транспорта) и предоставлению автотранспортных услуг первостепенно для нашей страны.

Характерным примером для большинства городов Российской Федерации, на наш взгляд, является массовое использование на городских автобусных маршрутах автобусов малой вместимости семейства ГАЗель, ввиду доступной их стоимости для индивидуальных предпринимателей и частных компаний, занятых в сфере этих перевозок.

Повсеместное применение маловместимых ГАЗелей на регулярных перевозках в городском сообщении, а также из-за насыщенности улично-дорожной сети автомобильным и электрическим транспортом, частыми остановками на светофорных объектах, для посадки и высадки пассажиров, приводит к перегрузкам улично-дорожной сети, усилению влияния на напряжённость труда водителей и созданию сложных условий для движения транспорта в целом.

Учитывая, что конкурентоспособность автотранспортного предприятия по оказанию услуг пассажирским транспортом определяется безопасностью перевозок, регулярностью, скоростью сообщения, комфортностью, доступностью, то в этих условиях должен формироваться соответствующий стандарт соответствия подвижного состава, при размещении городского заказа на поставку автобусов.

В числе основных требований стандарта соответствия к подвижному составу городских автобусных перевозок следует отнести, в первую очередь, вместимость, приспособленность подвижного состава к перевозке инвалидов, применение средств автоматического пожаротушения, уровень технической надёжности и т.д.

Авторские позиции основаны на том, что автобусы малой вместимости должны использоваться, как правило, на укороченных, экспрессных и полуэкспрессных автобусных маршрутах и в режиме маршрутных такси.

В данном случае обеспечение конкурентоспособности автотранспортного предприятия по оказанию услуг, связанных с перевозкой пассажиров, должно осуществляться в тесном взаимодействии с потребителем этих услуг. В то же время подвижной состав и предоставляемая услуга, на наш взгляд, с точки зрения конкурентоспособности – взаимозаменяемые объекты конкурентоспособности.

Для этих целей разработаем модель конкурентоспособности автотранспортного предприятия, наиболее полно отражающую конкурентоспособность подвижного состава и конкурентоспособность предоставляемых автотранспортных услуг [50, 55].

Модель конкурентоспособности автотранспортного предприятия разделим на две составляющие (рис. 1.1).

Первую отнесём к производству подвижного состава автомобильного транспорта, обеспечивающую конкурентоспособность для предполагаемых видов услуг.

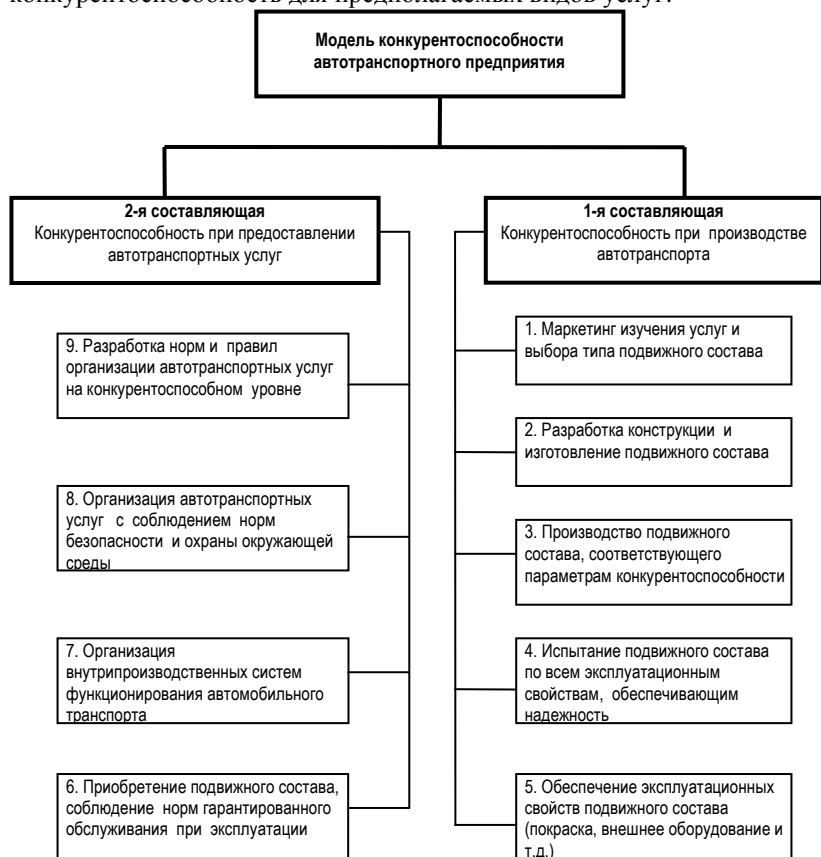


Рис. 1.1. Модель конкурентоспособности автотранспортного предприятия

Вторую к предоставлению конкурентоспособных автотранспортных услуг.

Используя рациональные приёмы исследования проблем автотранспортных услуг, а также показателей, стандартов и правил двух составляющих конкурентоспособности автотранспортных предприятий, создан оптимальный вариант модели конкурентоспособности автотранспортного предприятия.

Именно разработанная модель конкурентоспособности автотранспортного предприятия обеспечивает готовность, надёжность, экипажей и подвижного состава к выполнению автотранспортных услуг и предоставляет эти услуги на конкурентоспособном уровне.

1.4. МЕТОДОЛОГИЯ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Конкурентоспособность представляет собой относительную оценку преимуществ хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта, которая позволяет им с большей эффективностью удовлетворять потребности рынка автотранспортных услуг. Устойчивая конкурентоспособность лидера может привести к вытеснению с рынка автотранспортных услуг действующих и потенциальных конкурентов. Систематический анализ и исследование конкурентной среды являются гарантом достижения успеха.

При анализе конкурентной среды, а также измерения рейтинговой силы конкурирующих хозяйствующих субъектов на рынке автотранспортных услуг достаточно часто используется SWOT-анализ. Его основу составляет метод экспертных оценок, который страдает недостатками (субъективизм, недостаточный уровень квалификации экспертов, асимметричность информации, затратность).

По нашему мнению, усовершенствовать этот метод можно благодаря применению метода многомерного сравнительного анализа. После определённых преобразований, SWOT-анализ получает количественную окраску, которая характеризуется следующими показателями количественной оценки ключевых факторов успеха (КФУ) хозяйствующих субъектов-конкурентов рынка автотранспортных услуг.

1. Конкурент (хозяйствующий субъект).
2. Доля на рынке автотранспортных услуг, %.
3. Линейка услуг (количество единиц).
4. Доля оборота хозяйствующего субъекта в общем обороте рынка региона, %.
5. Количество претензий по качеству на 1000 заказов, ед.
6. Доля новых позиций в линейке, %.
7. Средняя цена единицы услуги, р.
8. Процент аттестованных специалистов, %.
9. Количество невыполненных заказов на 1000, ед.
10. Средневзвешанная процентная ставка, %.

Примечание: показатели приводятся по каждому конкуренту в отдельности.

На первом этапе мы подбираем количественные показатели, которые могут измерить ключевые факторы успеха (КФУ) хозяйствующего субъекта на соответствующем рынке автотранспортных услуг. Например, использование современных методов предоставления автотранспортных услуг, в конечном счёте, выражается в увеличении объёмов предоставления услуг, что приводит к росту доли хозяйствующего субъекта на этом рынке. Поэтому для данного фактора успеха мы определили показатель – доля на рынке автотранспортных услуг. Наличие широты линейки предлагаемых автотранспортных услуг можно определить через количество видов автотранспортных услуг. Привлекательность ценовой политики в определённой мере можно выразить через среднюю цену единицы услуги. Средневзвешанная процентная ставка характеризует в определённой мере доступность кредитных ресурсов.

Мы допускаем, что выбранные показатели оценки КФУ не совсем адекватны тому, что выражают сами факторы успеха. Например, в привлекательности ценовой политики важна не столько средняя цена, сколько её динамика, очищенная от темпа инфляции; амплитудность цены по позициям линейки услуг. Средневзвешанная процентная ставка, конечно, не может выражать в полной мере доступность кредитных ресурсов. Последнее намного шире и включает в себя не только процентные ставки, но и условия кредитования, достаточность материального обеспечения кредита, возможность целевого финансирования, получение льготных кредитов, лизинга и т.п. Поэтому совершенствование оценочного механизма предполагает использование системы сбалансированных оценочных показателей. Далее строится матрица стандартизированных коэффициентов. Для этого каждый показатель в матрице исходных данных необходимо разделить на наилучшее значение показателя в соответствующем столбце. Согласно методике многомерного сравнительного анализа значения полученной матрицы по столбцам следует умножить на весовые коэффициенты, отражающие значимость тех или иных показателей КФУ. Далее суммируем значения последней матрицы по строкам и получаем интегральные оценки рейтинговой силы для хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта – конкурентов. Чем выше значение этой оценки, тем более конкурентоспособный хозяйствующий субъект автомобильного транспорта.

Заметим, что конкурентоспособность – это способность услуги противостоять на рынке другой услуге аналогичного назначения по совокупности его качественных и стоимостных характеристик, обеспечивающих конкретных потребителей. Конкурентоспособность определяется отношением полезного эффекта к суммарным затратам.

Конкурентоспособность можно рассматривать, с теоретической точки зрения, как уровень эффективности использования хозяйствующим субъектом экономических ресурсов, относительно их использования конкурентами [34, 63].

Эффективность производства представляет собой общую экономическую категорию, которая выражает соотношение между естественным результатом производства и совокупным затраченным трудом. Представление о том, ценой каких ресурсов или затрат достигнут эффект, даёт уровень экономической эффективности. Главным вопросом в теории

экономической эффективности является выбор и обоснование критерия показателей оценки эффективности и качества [17, 25, 61, 64].

К примеру, анализ перевозок грузов и пассажиров, услуг и работ на автомобильном транспорте (субъектов автомобильного транспорта), даёт возможность с помощью эксплуатационных и экономических измерителей оценить его конкурентоспособность. Критерий этих измерителей отражает интересы народного хозяйства, так как непосредственно с автомобильным транспортом связана работа многих отраслей экономики. В целом, на наш взгляд, конкурентоспособность автотранспортной деятельности благоприятно влияет на экономическое развитие как отдельных регионов, так и страны в целом.

Анализ автомобильных перевозок позволяет выделить передовые и отстающие звенья в их выполнении. Решающая роль в повышении уровня составных параметров, формирующих конкурентоспособность услуг на автомобильном транспорте, отводится внутрипроизводственным системам и перевозочному процессу. Все изменения, происходящие в организации перевозок, сказываются на значении технико-эксплуатационных показателей, в конечном итоге определяющих его конкурентоспособность в результате организационных, технических, технологических, экономических, социальных и других мероприятий. Итак, конкурентоспособность услуг на автомобильном транспорте оценивается системой технико-эксплуатационных показателей, характеризующих её уровень [6, 18, 44].

Технико-эксплуатационные показатели, влияющие на конкурентоспособность автотранспортных услуг, можно разделить на две группы.

К первой группе следует отнести показатели, характеризующие степень эффективности использования подвижного состава автомобильного транспорта: коэффициенты технической готовности, выпуска и использования подвижного состава; коэффициенты использования грузоподъёмности, вместимости и пробега, среднее расстояние ездки и среднее расстояние перевозки; время простоя под погрузкой-разгрузкой, время в наряде, техническую и эксплуатационную скорости.

Вторая группа характеризует эффект результатов работы подвижного состава: количество ездки, общее расстояние перевозки и пробег с грузом, объём перевозок и транспортную работу.

Проведём расчёт влияния отдельных общеизвестных технико-эксплуатационных показателей, влияющих на конкурентоспособность услуг на примере двух субъектов автомобильного транспорта. Субъекты автомобильного транспорта, выполняют однотипные автотранспортные услуги, но имеют разные технико-эксплуатационные показатели.

Производительность подвижного состава Q , т, зависит от технико-эксплуатационных показателей работы подвижного состава (технической скорости v_t , времени простоя под погрузкой и разгрузкой $t_{п-р}$, коэффициента использования пробега β , расстояния перевозки L_n , коэффициент выпуска α_B и др.).

Производительность подвижного состава за определённый период времени определяется по формуле:

$$Q = \frac{T_H g \gamma v_t \beta D_k \alpha_B A_{СП}}{L_n + v_t \beta t_{п-р}}, \text{ т,}$$

где	I вариант	II вариант
T_H – продолжительность смены, ч	8	8
g – грузоподъёмность автомобиля, т	10	10
γ – коэффициент использования грузоподъёмности	1	1
v_t – техническая скорость, км/ч	60	55
β – коэффициент использования пробега	0,651	0,492
D_k – количество дней в календарном периоде	300	300
α_B – коэффициент выпуска	0,78	0,62
L_n – расстояние перевозки, км	60	60
$t_{п-р}$ – время простоя под погр.-разгр., ч	1,6	0,8

Используя разработанную компьютерную программу, вводим значения технико-эксплуатационных показателей в I и II вариантах. Расчёты показали, что производительность работы подвижного состава в I варианте равна 596 920 т (рис. 1.2), во II варианте 493 156 т (рис. 1.3), т.е. снижена на 17,4 %.

Таким образом, необходимость и направление воздействия можно установить на основе анализа уровня показателей использования автомобильного парка.

Особенность и уровень влияния технико-эксплуатационных показателей (каждого из них) на конкурентоспособность автомобильного транспорта производится способом цепных подстановок в выражения, которые позволяют произвести практические расчёты и сравнить их с субъектами – конкурентами.

Расчёт производительности автомобиля

Тн - продолжительность смены, ч: 8

γ - коэффициент использования грузоподъёмности: 1

g - грузоподъёмность автомобиля, т: 10

Дк - количество дней в календарном периоде: 300

Асп - количество автомобилей: 100

Варьируемые параметры:

Vт - техническая скорость, км/ч: 60

β - коэффициент использования пробега: 0,651

α - планируемый коэффициент выпуска автомобиля в календарном периоде: 0,78

Lп - расстояние перевозки, км: 60

tпр - время простоя автомобиля под погрузочно-разгрузочными операциями, ч: 1,6

Расчёт

Q = 596920,06

Рис. 1.2. Производительность подвижного состава I варианта

Расчёт производительности автомобиля

Тн - продолжительность смены, ч: 8

γ - коэффициент использования грузоподъёмности: 1

g - грузоподъёмность автомобиля, т: 10

Дк - количество дней в календарном периоде: 300

Асп - количество автомобилей: 100

Варьируемые параметры:

Vт - техническая скорость, км/ч: 55

β - коэффициент использования пробега: 0,492

α - планируемый коэффициент выпуска автомобиля в календарном периоде: 0,62

Lп - расстояние перевозки, км: 60

tпр - время простоя автомобиля под погрузочно-разгрузочными операциями, ч: 0,8

Расчёт

Q = 493156,97

Рис. 1.3. Производительность подвижного состава II варианта

Приходим к выводу, что в результате ухудшения во II варианте коэффициента выпуска автомобилей на линию, коэффициента использования пробега, технической скорости движения, а также значительного сокращения простоя под погрузочно-разгрузочными работами, т.е. изменения конкурентной среды, производительность подвижного состава уменьшилась на 103 864 т, что позволило по сравнению с I вариантом снизить конкурентоспособность хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта.

Производительность подвижного состава формируется под влиянием множества технико-эксплуатационных показателей, характеризующие отдельные стороны функционирования автомобильного транспорта во внутрипроизводственных системах и перевозочных процессах. Каждый из показателей, в свою очередь, находится под влиянием разнообразных факторов, включая организационно-экономические и материально-технические, воздействуя на которые можно изменить значения показателей, а значит и значение производительности автомобильного парка.

Анализ перевозок пассажиров автобусами и легковыми таксомоторами методически мало отличается от грузовых перевозок и осуществляется в той же последовательности. В целом на пассажирских перевозках для повышения конкурентоспособности автотранспортного обслуживания населения следует создавать и модифицировать системы управления конкурентоспособностью перевозками.

Конкурентоспособность автотранспортных услуг определяется уровнем себестоимости услуг и уровнем их качества, считает Е.В. Будрина [5]. По её мнению снижение себестоимости и повышения качества перевозок конкретных грузов и пассажиров – важнейшие направления повышения конкурентоспособности автотранспортных услуг.

Снижение себестоимости перевозок может быть достигнуто за счёт экономии топлива, запасных частей, шин, а также за счёт повышения показателей функционирования автомобильного транспорта.

Конкурентоспособность перевозок грузов предполагает выполнение доставки точно в установленные сроки при высокой сохранности количества и свойств перевозимых грузов. На перевозках пассажиров конкурентоспособность услуг определяется выполнением их в соответствии с расписанием движения и уровнем комфортности (удобства), которые перевозчик может предоставить пассажирам. Приходим к выводу, что уровень конкурентоспособности автотранспортных

услуг связан и зависит, в первую очередь, от уровня качества услуг, т.е. качество предоставляемых автотранспортных услуг является основным фактором достижения их конкурентоспособности.

Изменение себестоимости перевозок зависит от двух групп факторов: обусловивших отчётное значение общей суммы расходов и определивших отчетный объём перевозки (тонно-километры, пассажиро-километры, платные километры пробега). Влияние их на себестоимость обуславливается различными причинами. Например, возросло среднесписочное число автомобилей большой грузоподъёмности, что способствовало изменению структуры автомобильного парка. Следствием этого явилось увеличение сумм амортизационных отчислений, затрат на топливо, техническое обслуживание и т.д. Однако ухудшилось использование автомобилей на линии по времени, возросли простои в ожидании погрузки и разгрузки. И то, и другое способствовало изменению себестоимости, но между собой эти причины не связаны [18].

При анализе влияния технико-эксплуатационных показателей на себестоимость перевозки исходят из того, что при увеличении грузоподъёмности (вместимости) подвижного состава, коэффициента использования грузоподъёмности (вместимости) и коэффициента использования пробега, повышаются параметры функционирования автомобильного транспорта без повышения пробега. Влияние этих показателей на себестоимость эффективно, так как снижаются переменные и постоянные затраты, приходящие на 10 т км. При этом сумма переменных затрат изменяется незначительно, т.е. повышение параметров функционирования автомобильного транспорта опережает рост затрат.

Коэффициент выпуска автомобилей на линию, продолжительность работы автомобилей на линии, техническая скорость и другие – повышают параметры функционирования подвижного состава при значительном увеличении пробега. С ростом пробега повышаются переменные затраты, зависящие от движения (ГСМ, запасные части, шины). Таким образом, эти показатели влияют на себестоимость только через общехозяйственные расходы.

Для определения влияния технико-эксплуатационных показателей на ΔS_p через изменение общего пробега и на 1 км пробега используют приём цепных подставок и формулы, приведённые на рис. 1.4 [24], где составляющие общего изменения себестоимости перевозок $\Delta S_3^{\%}$ вследствие изменения общего пробега автомобилей $L_{общ}$ и выработки на 1 км пробега P_1 , обусловленного влиянием следующих факторов: продолжительности работы автомобиля в наряде T_n ; средней технической скорости v_T ; среднего пробега с грузом за езду l_{er} ; коэффициента выпуска на линию α_b ; t_{n-p} продолжительности простоев под погрузкой-разгрузкой за езду; $A_{сн}$ – среднесписочного числа автомобилей; коэффициента использования пробега β ; средней грузоподъёмности q ; коэффициента динамического использования грузоподъёмности γ_d .

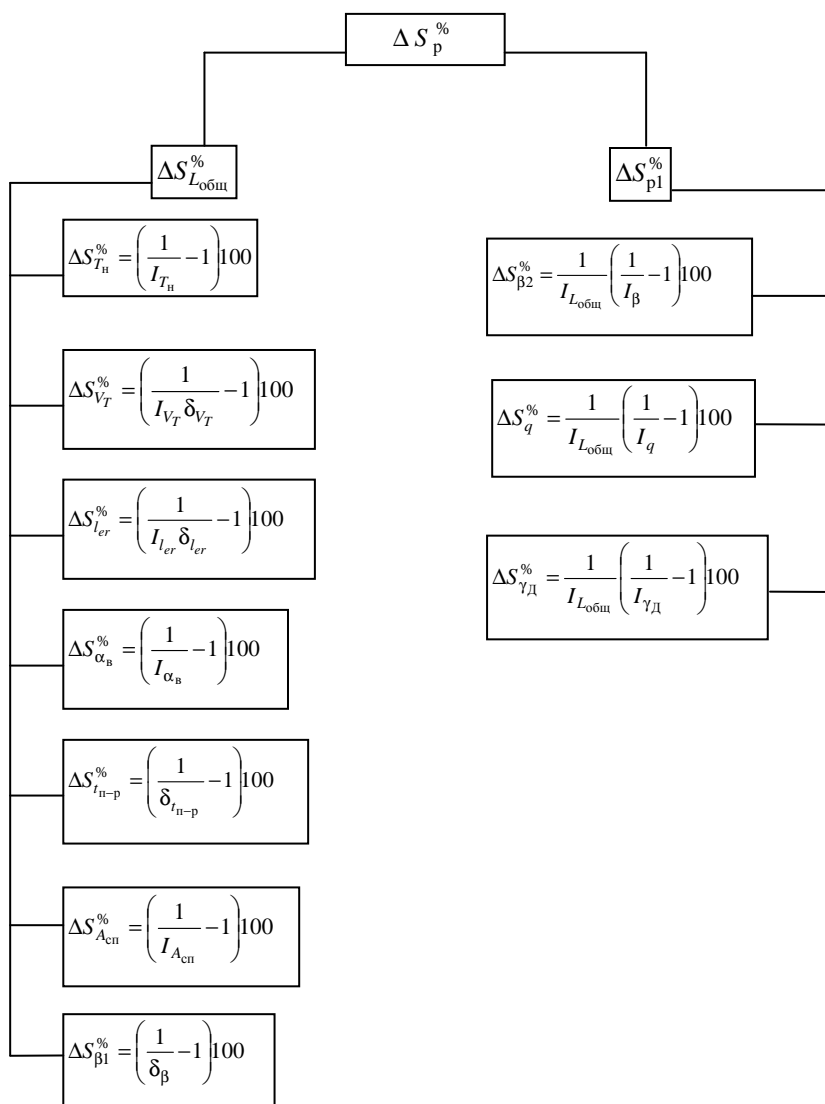


Рис. 1.4. Схема анализа влияния технико-эксплуатационных показателей на себестоимость

Правильный глубокий анализ себестоимости перевозок имеет чрезвычайно важное значение для выявления внутренних неиспользованных резервов, направленных на повышение эффективности и качества функционирования автомобильного транспорта и его конкурентоспособности.

Комплексное решение проблемы достижения наибольшей эффективности и наименьших издержек, а также целенаправленное расширение и повышение качества оказываемых автотранспортных услуг хозяйствующими субъектами автомобильного транспорта являются основными принципами в выборе маркетинговой стратегии и управления маркетингом.

Оценка качества системы управления маркетингом хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта может осуществляться на основе различных подходов. Одним из них является системный подход. Реализация системного подхода на практике требует создания системы сбалансированных оценочных показателей, ориентированных на стратегию хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта. Она позволит перейти от целей и стратегии хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта к совокупности согласованных показателей, которые указывают направления реализации выбранной стратегии. Система сбалансированных оценочных показателей ориентирована на достижение маркетинговых целей в каждом из вышеназванных процессов.

Понятие «система сбалансированных оценочных показателей» связано с попыткой привести в соответствие финансовые и нефинансовые оценочные показатели. Нефинансовые показатели характеризуют фундаментальные изменения, происходящие в хозяйствующем субъекте автомобильного транспорта. Положительная динамика их может не привести к росту доходов в ближайших периодах, но улучшить экономику организации в перспективе. Например, рост степени удовлетворённости потребителей качеством автотранспортных услуг может в будущем привести к увеличению объёмов предоставляемых услуг. Система сбалансированных оценочных показателей посредством совмещения и согласования финансовых и нефинансовых индикаторов обращает внимание руководства хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта одновременно на краткосрочные и долгосрочные результаты деятельности предприятия.

Финансовые индикаторы являются основой показателей прибыльности, эффективности стратегии. В основе их разработки могут быть использованы три подхода: сравнение затрат с затратами, сравнение затрат с доходами, сравнение прибыли с прибылью. В рамках первого подхода критерием эффективности является степень их полезности. Показателем эффективности функционирования системы управления маркетингом в этом случае выступает соотношение между затратами до и после внедрения мероприятий по повышению её качества. В рамках этого подхода можно также сравнивать фактические затраты и затраты по норме на осуществление тех или иных процессов маркетинга.

В данном случае предполагается сочетание системного и нормативного подходов.

Критерием эффективности при нормативном подходе к управлению системой управления маркетингом может быть степень отклонения фактических показателей от нормативных и рассчитывается по формуле

$$K = \frac{Z_{\text{ф}} - Z_{\text{н}}}{Z_{\text{ф}}} 100 \%,$$

где K – критерий; $Z_{\text{ф}}$ – фактические затраты; $Z_{\text{н}}$ – нормативные затраты.

В приведённой формуле критерий эффективности маркетингового процесса измеряется через критерий качества разработки и выполнения этих нормативов. Данный критерий можно использовать при оценке эффективности затрат на осуществление управленческих функций в области планирования маркетинга. Через матрицы ответственности определяются исполнители этих функций, а через систему стимулирования оценивается качество их работы. Подход «затраты – затраты» можно использовать и при оценке направлений маркетинговой деятельности стратегического характера. Стратегия любого хозяйствующего субъекта в условиях усиления конкуренции так или иначе связана с совершенствованием качества. На практике это означает его повышение. По мнению Р.А. Фатхутдинова, мероприятия в этом направлении следует разделить на следующие группы: 1) мероприятия по повышению качества входа системы; 2) мероприятия по повышению качества процесса в системе; 3) мероприятия по повышению качества продукции (или выхода системы). В качестве показателей эффективности по первой группе мероприятий может выступать ожидаемый экономический эффект, так как он наряду с прибылью и рентабельностью выражает определённый результат. Расчёт экономического эффекта в этом случае осуществляется по методике, предложенной Р.А. Фатхутдиновым. В соответствии с этой методикой экономический эффект рассчитывается по формуле

$$\mathcal{E}_m = \sum_{t=1}^m [-\Delta C_{\text{вх}}^t + \Delta C_{\text{пр}}^t + (\Pi_{\text{н}}^t - \Pi_{\text{с}}^t)] N_t - Z_{\text{вх}},$$

где \mathcal{E}_m – ожидаемый экономический эффект; $\Delta C_{\text{вх}}^t$ – перерасход из-за роста себестоимости единицы продукции в году; $\Delta C_{\text{пр}}^t$ – снижение себестоимости единицы продукции в год; $\Pi_{\text{н}}^t$ – прогноз цены новой продукции; $\Pi_{\text{с}}^t$ – то же, старой продукции; N_t – прогноз объёма выпуска данной продукции в год; $Z_{\text{вх}}$ – единовременные затраты (инвестиции) в повышение качества входа системы.

Мероприятия по повышению качества маркетинговых процессов – это мероприятия по совершенствованию различных технологий (рекламных, АВС – подход в калькулировании себестоимости как основы цены и т.п.), организации сбытовой деятельности, повышения уровня автоматизации.

Можно сказать, что комплекс маркетинга формирует и сопровождает всю деятельность хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта, исходя из принятой концепции маркетинга. Сочетание и степень значимости четырёх компонентов – товара, цены, места и продвижения – определяют стратегические цели и тактические задачи хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта. Чтобы комплекс маркетинга функционировал достаточно эффективно, он должен быть рационально построен и опираться на информацию, организацию, планирование и маркетинговый контроль. Например, при входе в систему – это маркетинг предоставляемых автотранспортных услуг. При осуществлении самого транспортного процесса необходимо знать, какую услугу предоставлять, в каком объёме (чтобы он «нашёл» своего потребителя), какие свойства этих услуг изменить в соответствии с изменившимися потребностями и т.д. При выходе из системы следует

сохранять авторитет хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта, чтобы возобновлять или предоставлять эти услуги здесь или в другом месте.

Экономический эффект от реализации мероприятий по повышению качества маркетинговых процессов определяется по формуле

$$\mathcal{E}_m = \sum_{t=1}^m [-\Delta C_{\text{вх}}^t + \Delta C_{\text{пр}}^t + (\Pi_{\text{н}}^t - \Pi_{\text{с}}^t)] N_t - \mathcal{Z}_{\text{вх}},$$

где \mathcal{E}_m – ожидаемый экономический эффект разработки от внедрения мероприятий по повышению качества процессов в системе за срок проведения мероприятий (m); Π – прогноз цены i -й продукции в году t ; t – год осуществления инвестиций в мероприятия по повышению качества процесса в системе ($t = 1, 2, m$); m – последний год вложений, год внедрения мероприятий; \mathcal{Z} – единовременные затраты (инвестиции) на повышение качества процесса (на совершенствование технологии, организации и т.п.) в году t .

Ожидаемый экономический эффект от разработки и внедрения мероприятий по повышению качества продукции проявляется в повышении производительности, надёжности и рассчитывается с применением следующей формулы:

$$\mathcal{E}_m = \sum_{t=1}^m (\Pi_t - C_t - H_t) N_t - \sum_{n=1}^m \mathcal{E}_{\text{соп}}^t - \sum_{t=1}^m \mathcal{Z}_{\text{к}}^t,$$

где \mathcal{E}_m – ожидаемый экономический эффект от повышения качества за нормативный срок его службы; t – срок действия мероприятий по улучшению экологических и социальных показателей внешней среды ($t = 1, 2, m$); H – прогноз налогов и

платежей по единице i -й продукции в году t ; $\mathcal{E}_{\text{соп}}^t$ – сопутствующий экологический или социальный эффект в денежном выражении от использования продукции повышенного качества; $\mathcal{Z}_{\text{к}}^t$ – единовременные затраты (инвестиции) на повышение качества продукции, включая затраты на ликвидацию элементов основных производственных фондов в связи с освоением и внедрением новой продукции (если при ликвидации этих элементов образуется прибыль, то она вычитается из $\mathcal{Z}_{\text{к}}$).

При оценке маркетинговой стратегии критерием качества её разработки и выполнения может быть степень адекватности теоретической модели её составляющих фактическим данным, на основе которых она была разработана:

$$K_{\text{кп}} = \frac{\Pi_{\text{ф}} - \Pi_{\text{п}}}{\Pi_{\text{ф}}} 100\%,$$

На наш взгляд, оценка качества системы управления маркетингом по его процессам имеет определённые преимущества: повышается соотносимость издержек с полученной прибылью, облегчается планирование долгосрочных решений. Вместе с этим расчёт издержек и прибыли по процессам наталкивается на ряд проблем, среди которых на первый план выступают определённые организационные и методические сложности и значительные финансовые расходы. Однако при организации бюджетирования на предприятии эти проблемы частично снимаются.

Определить прибыль по качеству на каждый процесс в системе управления маркетингом весьма затруднительно. Практика еще не выработала подхода к решению этой назревшей задачи. Однако, на наш взгляд, этот вопрос всё же решаем, и мы предлагаем следующий алгоритм:

1. Определяем весомость (значимость) каждого процесса в системе управления маркетингом. Для каждого хозяйствующего субъекта автомобильного транспорта эти показатели весомости будут различны. Для их расчёта можно использовать методы ранжирования, опытно-статистический, нормативный.

2. Оцениваем качество выполнения каждого процесса за отчётный период (месяц, квартал, год). Для того чтобы осуществить оценку качества маркетинговых процессов, необходимо установить перечень необходимых и достаточных показателей такой оценки.

3. Скорректировав уровень (коэффициент) исполнения качества процесса на коэффициент его весомости и, умножив на общую прибыль, получим расчётную прибыль по соответствующему процессу.

4. Отношение расчётной прибыли по соответствующему процессу к издержкам этого же процесса позволит оценить эффективность затрат на каждый процесс. Данный показатель можно назвать рентабельностью качества по затратам.

Показателями в этом случае могут служить: доля рынка хозяйствующего субъекта в определённом сегменте; количество новых потребителей; отношение затрат в сфере производства к затратам в сфере потребления. Затраты на потребление возможно определить с использованием экспертного, анкетного методов, а также расчётным путём.

Как известно, инновационный процесс базируется на маркетинговых данных. От того, насколько качественно проведено исследование автотранспортного рынка, настолько и разработка услуг и технологий будут удовлетворять потребителей.

При применении системы оценочных показателей необходимо учитывать следующее:

1. Причинно-следственные взаимосвязи носят больше гипотетический характер, чем безусловный. Важно определить, насколько сильна связь между финансовыми и нефинансовыми индикаторами и как скоро изменение одних повлечёт за собой изменение других. В ходе хозяйственной деятельности субъекты автомобильного транспорта должны адаптировать систему оценочных показателей маркетинговых процессов к происходящим изменениям и включать в неё те нефинансовые цели и показатели, которые являются ключевыми для достижения и оценки финансовых результатов в этих целях.

2. Подход постоянного улучшения одновременно всех показателей неправомерен в связи с тем, что часто на практике приходится прибегать к альтернативным вариантам для достижения различных стратегических целей.

3. Система оценочных показателей должна включать не только объективные, но и субъективные показатели.

2. АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНА

2.1. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ И ТЕНДЕНЦИЙ ИЗМЕНЕНИЙ НА РЫНКЕ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ

Автомобильный транспорт на современном этапе рассматривается не только как вид перевозок, а, в первую очередь, как межотраслевая система, преобразующая условия жизнедеятельности и хозяйствования. Его устойчивое развитие является гарантией единства экономического пространства, свободного перемещения товаров и услуг, конкуренции и свободы экономической деятельности, обеспечения целостности и национальной безопасности.

Заметим, что без устойчивой работы автотранспорта невозможно достичь гарантированной доступности его услуг на высоком конкурентоспособном уровне. Нарастающая автомобилизация страны требует системных мер, направленных на ограничение её негативных последствий для общества, при максимально возможной реализации её преимуществ и выгод.

Выбор России в пользу рыночной экономики, сделанный в начале 90-х годов и начавшиеся реформы существенно изменили условия работы автомобильного транспорта и характер спроса на его услуги.

В число мероприятий, препятствующим монопольным проявлениям в транспортном комплексе, входило разделение крупных транспортных предприятий и объединений на самостоятельные хозяйствующие субъекты. Это не в полной мере способствовало развитию рынка автотранспортных услуг. Нарушалась договорная и транспортная дисциплина, замедлялись темпы и масштабы внедрения новой техники и передовых технологий, связанных с безопасной деятельностью автомобильного транспорта.

Для того чтобы сделать правильный вывод о деятельности автомобильного транспорта, определить состояние автотранспортных услуг и их конкурентоспособность, необходимо провести глубокий анализ, основными задачами которого являются [1]:

- общая оценка выполнения плана перевозок и изменений в натуральных, стоимостных и относительных измерителях;
- оценка изменений технико-эксплуатационных показателей и выявление причин, воздействующих на характеристики транспортного процесса;
- исследование потерь и выявление резервов роста объёмов перевозок;
- разработка комплекса организационно-технических мероприятий по повышению конкурентоспособности на рынке автотранспортных услуг.

При оценке выполнения плана перевозок недостаточно установить степень его выполнения за анализируемый период, необходимо сопоставить объёмы перевозок за ряд соответствующих периодов, что даёт представление о динамике указанного показателя. При этом следует установить причины, обусловившие ту или иную динамику объёма перевозок или грузооборота.

Закономерным является непрерывное увеличение транспортной работы. Однако снижение темпов роста показателей не всегда свидетельствует об ухудшении работы автомобильного транспорта. Уменьшение ежегодного прироста объёма перевозок может явиться следствием изменения числа автомобилей, структуры автомобильного парка, расстояния перевозок и многих других причин. Это обстоятельство учитывается при анализе темпов изменения объёма перевозок и транспортной работы. При анализе представляет интерес исчисление среднего годового темпа роста не только объёмов перевозок, но и всех эксплуатационных и экономических измерителей, характеризующих конкурентоспособность услуг на автомобильном транспорте.

Прежде чем приступить к анализу автотранспортной деятельности, рассмотрим отдельные факторы конкурентоспособности железнодорожного и автомобильного транспорта в условиях Тамбовской области (табл. 2.1).

Начиная с 2000 г., в области наблюдается рост объёмов перевозок грузов и грузооборота сухопутного транспорта (без трубопроводного), однако в 2007 г. предприятия железнодорожного транспорта сократили объёмы грузовых перевозок по сравнению с предыдущим годом на

2.1. Перевозка грузов железнодорожным и автомобильным транспортом

	Перевезено грузов, млн. т			Грузооборот, млн. т-км		
	2007 г.	в % к		2007 г.	в % к	
		2006 г.	2000 г.		2006 г.	2000 г.
Всего по области	21,7	98,2	113,0	21 439,0	104,4	в 2,1 р.
в том числе по видам:						
железнодорожный	5,8	86,5	118,4	20 626,2	104,5	в 2,1 р.
автомобильный	15,9	103,3	111,2	812,8	101,3	в 1,9 р.

13,5 % за счёт снижения погрузки нефти на 22 %. В то же время объём перевозок грузов автомобильным транспортом возрос на 3,6 % и составил 73,2 % от общего объёма перевозок, что свидетельствует о его явном конкурентном преимуществе. В структуре грузооборота показатели остались на уровне 2006 г. и имели тенденцию роста по сравнению с 2000 г.

Удельный вес железнодорожного транспорта в общем грузообороте составил 96,2 %, что свидетельствует о его превосходстве, ввиду высокой средней дальности перевозок.

Объёмы пассажирских перевозок и пассажирооборота транспорта общего пользования в 2000 – 2006 гг. ежегодно снижались по всем видам транспорта. Как видно из табл. 2.3, по сравнению с 2000 г. объём пассажирских перевозок снизился в 2,4 раза, в том числе на железнодорожном транспорте в 1,7 раза, автобусном в 2,1 раза, троллейбусном в 4,5 раза. Пассажирооборот транспорта общего пользования сократился лишь на 4,3 % по сравнению с 2000 г., однако на автомобильном транспорте он уменьшился на 45,4 %, троллейбусном на 77,6 %, на железнодорожном транспорте составил рост на 35,1 %. По данному показателю конкурентные преимущества принадлежат железнодорожному транспорту, в связи с высоким показателем средней дальности перевозки пассажиров.

Наибольший объём пассажирских перевозок в 2007 г. выполнен автобусным транспортом (87,7 %), пассажирооборота – железнодорожным транспортом (74,3 %). Объём пассажирских перевозок железнодорожного транспорта снизился на 11,3 % по сравнению с 2006 г. и составил 6,0 млн. человек, из которых 5,1 млн. человек (85,6 %) перевезено в пригородном сообщении и 0,9 млн. человек (14,4 %) в междугородном.

2.2. Перевозка пассажиров троллейбусами, железнодорожным и автомобильным транспортом

	Перевезено пассажиров млн. человек			Пассажирооборот, млн. пас-км		
	2007 г.	в % к		2007 г.	в % к	
		2006 г.	2000 г.		2006 г.	2000 г.
Всего по области	106,4	105,6	42,4	4144,0	103,3	95,7
в том числе по видам:						
железнодорожный	6,0	88,7	57,7	3077,3	100,9	135,1
автомобильный	86,9	106,4	48,2	1029,2	110,9	54,6
троллейбусный	13,5	106,1	22,4	37,5	106,1	22,4

Эксплуатационная длина железной дороги за последние годы не изменилась и составила 738 км, из которых 116 км электрифицирована. Густота железнодорожных путей общего пользования на начало 2008 г. составила 214 км на 1000 км² территории, это 14 место среди регионов ЦФО. По Российской Федерации этот показатель составляет 50 км на 1000 км² территории, по ЦФО – 262 км.

На начало 2008 г. общая протяжённость автомобильных дорог в области составила 7222 км, в том числе общего пользования – 5999 км (83,1 %) и ведомственных – 1223 км (16,9 %).

Плотность автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием на 1000 км² территории в Тамбовской области за истекший год практически не изменилась и составила на начало 2008 г. 167 км против 163 км 2007 г. (в 1995 г. – 135 км). Для сравнения в среднем по России на 1000 квадратных километров территории приходится 35 км автодорог, в Центральном федеральном округе – 206 км.

Среднее расстояние перевозки 1 т грузов железнодорожным транспортом увеличилось на 611 км и составило 3556 км. Следует заметить, что при перевозке грузов на короткие расстояния (от 50 до 200 км) себестоимость перевозок железнодорожным транспортом возрастает примерно в 5 раз, а использование автомобильного транспорта на расстояние 200 км и более перевозки становятся неэффективными, вследствие малой грузоподъёмности и высокой себестоимости, примерно в 10 раз выше, чем на железнодорожном транспорте. Средний вес поезда увеличился в 2007 г. на 0,7 %, среднесуточная производительность локомотива на 1,3 %. Оборот грузового вагона ускорился и составил 0,93 суток против 1,01 суток в 2006 г.

Проведённый анализ позволяет отметить высокую конкурентоспособность автомобильного транспорта в результате его эффективности использования на коротких расстояниях, оперативности в оформлении перевозочных документов, применения гибких тарифов за перевозки, высокой манёвренности. К снижающим факторам конкурентоспособности автомобильного транспорта следует отнести высокие тарифы при перевозке грузов на дальние расстояния и высокую себестоимость по сравнению с железнодорожным транспортом. К сдерживающим факторам повышения конкурентоспособности на автомобильном транспорте в условиях Тамбовской области следует отнести слабое развитие сети автомобильных дорог. В тоже время высокая конкурентоспособность железнодорожного транспорта, по сравнению с автомобильным, достигается за счёт низкой себестоимости перевозок грузов на дальние расстояния, высокой провозной возможности, регулярности перевозок независимо от времени года, увеличения среднесуточной производительности локомотива и увеличения оборота грузового вагона. Основными факторами, снижающими конкурентоспособность железнодорожного транспорта, являются невысокие скорости доставки грузов и низкий уровень выполнения сроков их доставки, а также сохранность перевозимых грузов.

Конкурентные преимущества автомобильного транспорта в целом по перевозке пассажиров неоспоримы. Во внутригородском сообщении им перевезено в 2007 г. 65,1 млн. человек, против 13,5 млн. человек троллейбусным парком, или больше чем в 4,8 раза. В пригородном сообщении автомобильным транспортом перевезено в 2007 г. 19,0 млн. человек против 5,1 млн. человек железнодорожным транспортом, или в 3,7 раза больше. В междугородном сообщении перевозки автомобильным транспортом составили 2,8 млн. человек против 0,9 млн. железнодорожным транспортом или в 3,1 раза больше.

Превышение пассажирооборота железнодорожного транспорта перед автомобильным транспортом и троллейбусами почти в 3 раза, как уже было отмечено, достигается за счёт увеличения средней дальности поездки пассажиров в междугородном сообщении [45, 46].

Автомобильный парк продолжает развиваться быстрыми темпами. Если в 1990 г. насчитывалось 108,5 тыс. автомобилей, в 1995 г. – 150,2 тыс., в 2000 г. – 216,3 тыс., то к началу 2008 г. их количество увеличилось по сравнению с той же датой 2006 и 2000 гг. соответственно на 6,7 и 15,3 % и составило 249,8 тыс. единиц (табл. 2.3).

2.3. Наличие подвижного состава автомобильного транспорта тамбовской области

	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2006 г.	2008 г.
Наличие автомобилей, всего по области	108,5	150,2	216	234,1	249,8
из них в собственности граждан	61,6	105,4	175,1	201,2	217,0
по видам:					
Грузовые автомобили, всего	32,3	37,7	49,1	42,9	43,1
из них в собственности граждан	–	7,9	18,6	20,8	21,7
Автобусы, всего	3,5	3,8	4,4	4,2	4,5
из них в собственности граждан	–	0,5	1,7	2,0	2,3
Легковые автомобили, всего	64,0	101,6	162,9	186,8	202,2
из них в собственности граждан	61,4	96,3	154,1	178,4	193,0

За период 2000 – 2007 гг. в Тамбовской области наблюдается устойчивая тенденция снижения как числа крупных и средних предприятий, так и состоящего на их балансе автотранспорта. Если в 2000 г. насчитывалось 2046 предприятий, с общим числом автотранспортных средств 27,6 тыс. автомобилей, то в 2006 г. их стало 1695 с парком – 20,2 тыс. автомобилей, а в 2007 г. их число составило 1574 и 18,7 тыс. единиц, соответственно.

На начало 2008 г. на предприятиях области было сосредоточено 32,8 тыс. единиц автотранспортных средств, из них 57,0 % – на крупных и средних предприятиях различных видов экономической деятельности.

Среди крупных и средних предприятий наиболее значимыми владельцами транспортных средств являются предприятия сельского хозяйства, в которых сосредоточено около трети парка автомобилей всех марок и модификаций.

В числе грузовых автомобилей преобладают автомобили грузоподъемностью от 3 до 4,9 т – 27 %, и от 5 до 6,9 т – 29 %. Средняя грузоподъемность автомобилей составила 5,4 т, что выше уровня 2000 г. на 1,8 % и 2006 г. на 1,6 %. Данный ресурсный показатель конкурентоспособности свидетельствует о его динамике. Удельный вес грузовых автомобилей, эксплуатируемых до 5 лет составляет лишь 14,4 % от их общего наличия. При этом доля грузовых автомобилей со сроком эксплуатации свыше 13 лет составила 61,3 %.

Наиболее изношен автомобильный парк на предприятиях лесного и сельского хозяйства. Доля грузовых автомобилей, находящихся в эксплуатации свыше 13 лет, здесь составляет 79,1 и 69,0 %.

В 2007 г. объем грузовых перевозок автомобильным транспортом увеличился на 3,75 % против 2006 г. Грузооборот по сравнению с 2006 г. практически не изменился и составил 759158,4 млн. т-км.

Предприятиями и организациями различных видов экономической деятельности в 2007 г. перевезено 14,4 млн. т, что на 0,5 млн. т больше предыдущего года (табл. 2.4).

В условиях рынка развиваются и являются конкурентоспособными грузовые перевозки, выполняемые предпринимателями и малыми предприятиями. К примеру, в 2007 г. перевозкой грузов на коммерческой основе занимались 1594 индивидуальных предпринимателя, которыми перевезено 473,3 тыс. т грузов, что на 23,4 % больше, чем в 2006 г. и в 3,8 раза больше, чем в 2000 г. Хотя их доля в общем объеме перевезенных грузов невелика, в 2007 г. она составила лишь 3,3 %. Однако в 2007 г. основная часть (77,5 %) объема грузовых перевозок выполнена малыми предприятиями частной формы собственности, удельный вес которых вырос по сравнению с 2006 г. на 0,5 %, в то же время удельный вес грузовых перевозок, выполненных предприятиями с государственной формой собственности, снизился на 1,3 %.

2.4. Перевозки грузов автотранспортом тамбовской области

	2000 г.	2006 г.	2007 г.	Удельный вес объемов грузовых перевозок в 2006 г., %
Перевезено грузов, всего, тыс. т	13 168,3	13 935,4	14 458,1	100,0
в том числе:				
крупными и средними предприятиями предпринимателями-владельцами грузовых автомобилей	12116,3	10 058,7	10 074,9	69,7
малыми предприятиями различных видов экономической деятельности	126,1	383,4	473,3	3,3
всего	925,9	3493,3	3909,9	27,0
Грузооборот, тыс. т-км	378 633,8	758 759,4	759 158,4	100,0
в том числе:				
крупными и средними предприятиями предпринимателями-владельцами грузовых автомобилей	315 302,8	470 369,9	394 080,3	51,9
малыми предприятиями различных видов	34 721,3	102 455,0	102 455,0	18,7
	28 609,7	185 934,5	223 311,2	29,4

экономической деятельности					
Коэффициент использования пробега автомобилей, %			0,412	0,458	0,461
Средняя дальность перевозки одной тонны груза, км на сдельных перевозках			27,5	29,6	29,9
Коэффициент технической готовности			0,715	0,788	0,822

Грузооборот предприятий и организаций всех видов экономической деятельности в 2007 г. составил 759,2 млн. т-км и по сравнению с 2006 г. вырос на 0,1 %.

В 2007 г. по сравнению с 2006 г. наблюдалось увеличение объёмов грузовых перевозок на предприятиях оптовой торговли, строительства, транспорта и связи. Произошло снижение объёмов перевозок обрабатывающих производств.

В 2007 г. в крупных и средних предприятиях средняя дальность перевозки одной тонны груза составила 39,1 км против 46,8 км в 2006 г. (в 2000 г. 28,1 км). Возросла средняя дальность перевозок на предприятиях, осуществляющих деятельность в оптовой торговле (106,3 км), предприятиях обрабатывающих производств (73,3 км), образования (65,2 км). Ниже, на предприятиях строительства (26,5 км), здравоохранения (25,2 км), операций с недвижимым имуществом (22,3 км).

В 2007 г. затраты на грузовые перевозки в крупных и средних предприятиях составили 1569,2 млн. р. в действующих ценах против 1434,4 млн. р. в 2006 г.

Анализ приведённых статистических данных показывает, что уровень развития рынка автотранспортных услуг в полной мере зависит от его технического состояния ввиду изношенности и длительного периода эксплуатации. В результате коэффициент выпуска на линию грузовых автомобилей крупных и средних предприятий составил в 2007 г. лишь 0,542 против 0,537 в 2006 г., т.е. почти половина подвижного состава простаивает из-за технических неисправностей. Составить конкуренцию другим хозяйствующим субъектам автомобильного транспорта при таких технико-эксплуатационных показателях будет проблематично.

Проведённый нами анализ показывает, что только 12,0 тыс. единиц грузового автомобильного транспорта или 28,2 % представляющих собой государственные и муниципальные предприятия, а также предприятия с частной формой собственности, частично сохранили свои производственные мощности и отраслевое направление деятельности. Остальной парк грузовых автомобилей, а это около 31 тыс. единиц или 72,3 %, принадлежит индивидуальным владельцам и малым частным предприятиям; внутрипроизводственные системы для нормального функционирования автомобильного транспорта здесь полностью отсутствуют.

Проблема развития рынка автотранспортных услуг, в данной ситуации, считается нереализованной и имеет тенденцию к обострению. Эти вопросы могут решаться только путём совершенствования государственного регулирования автотранспортной деятельности, в первую очередь, через систему лицензирования, которая на грузовом автомобильном транспорте отменена.

При сложившейся ситуации рыночные отношения не могут предъявить каких-либо требований к владельцам грузового автотранспорта, особенно к развитию предоставляемых услуг, обеспечению надёжности и безопасности, сроков доставки и сохранности грузов, применяемой технологии доставки грузов, уровню тарифов. Судя по структуре собственности и по разнообразию объектов собственности, а также по содержанию процесса производства автотранспортной деятельности, у этих субъектов грузового автомобильного транспорта регулирующая роль отраслевых и других органов управления чрезвычайно ограничена, так как отсутствуют прямые директивные нормативные рычаги воздействия. Федеральный закон № 128-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» не распространяется на эти субъекты [58].

Учитывая нарастающее противоречие между сектором автомобильного грузового транспорта, где преобладают мелкие предприятия и индивидуальные предприниматели, и потребности промышленности, торговли, строительства и в целом бизнеса в высококачественных и конкурентоспособных автотранспортных услугах, а также необходимости создания единых требований к автотранспортной деятельности, считаем целесообразным систему лицензирования перевозочной деятельности на автомобильном транспорте укрепить, путём расширения лицензируемых видов деятельности, работ и услуг, усиление лицензионных требований и условий с целью противодействия появлению на рынке грузовых автомобильных перевозок операторов с неадекватными ресурсами.

Оценка деятельности автотранспортного комплекса Тамбовской области и оценка значений показателей конкурентоспособности производилась группой специалистов в лице руководителей хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта. В результате проводимых исследований деловой активности 39 предприятий и организаций, осуществляющих грузовые перевозки, выяснилось, что спрос на грузовые перевозки в 2007 г. остался на уровне 2006 г., а предложения, т.е. провозные возможности этих предприятий, превышают спрос от 20 до 35 %. Руководители 27 предприятий оценили уровень спроса на услуги грузового автотранспорта как «достаточный» и обеспечивающий уровень конкурентоспособности по данному показателю. В целом, 89 % руководителей хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта оценили экономическую ситуацию в 2007 г. как «удовлетворительную» и 6 % как «благополучную».

Среди основных факторов, сдерживающих конкурентоспособность автотранспортных услуг, 96 % руководителей считают высокие цены на топливо, 90 % – высокий уровень налогов, 89 % – недостаток финансовых средств, 80 % – высокую стоимость автомобилей, 74 % – неудовлетворительное техническое состояние автомобилей и автомобильных дорог.

По прогнозам большинства руководителей хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта в 2008–2009 гг. экономическая ситуация в секторе грузовых перевозок существенно не изменится, но 15 % респондентов прогнозируют её ухудшение.

Осуществление экономических реформ в системе автомобильного транспорта крайне неблагоприятно отражается на развитии рынка пассажирских перевозок.

В особо тяжёлом положении находятся предприятия, обслуживающие городские и пригородные пассажирские перевозки. Тарифы на эти перевозки превышают реальную платёжеспособность населения, растущую медленнее затрат на перевозки.

Передача финансовой поддержки городских и пригородных перевозок местным органам власти повлекла за собой задержки в выделении дотаций. Это создаёт напряжение в трудовых коллективах и держит на грани остановки пассажирские автотранспортные предприятия.

На территории Тамбовской области действует 391 автобусный маршрут, из них 61 – городской, с количеством автобусов 700 единиц; 272 – пригородных, на которых эксплуатируется 800 единиц; 59 – междугородних, с количеством автобусов 200 единиц. Общая протяжённость автобусных маршрутов составляет 18 626 км.

Перевозки пассажиров автобусами и маршрутными такси осуществляются в 7 городах и 23 районах области.

Город Тамбов обслуживают 12 частных фирм, насчитывающих в своём составе 350 автобусов, внутрипроизводственные системы которых представляют собой приспособленные стоянки и места для организации технического обслуживания и ремонта, а сама система организации транспортного процесса нуждается в жёстком государственном регулировании. Помимо этого в г. Тамбове работают 25 автобусов муниципального образования, уровень транспортного обслуживания которых можно характеризовать как удовлетворительный.

На 1 января 2008 г. в крупных и средних предприятиях различных видов экономической деятельности насчитывалось 1241 автобус. По сравнению с той же датой 2007 г. их количество уменьшилось на 76 единиц (5,8 %). Более половины автобусного парка крупных и средних предприятий различных видов экономической деятельности выработала свой ресурс или близка к предельным срокам эксплуатации (табл. 2.5).

Как видно из таблицы, удельный вес автобусов, эксплуатируемых до 2 лет, составляет 12,9 % от их общего наличия, свыше 13 лет эксплуатируется каждый третий автобус. Большая степень изношенности парка автобусов приводит к простоям подвижного состава из-за низкого выпуска их на линию, что сказывается на конкурентоспособности

2.5. Группировка автобусов по времени пребывания в эксплуатации в крупных и средних предприятиях различных видов экономической деятельности Тамбовской области

	На 1.01.2007		На 1.01.2008	
	единиц	в к итогу %	единиц	в к итогу %
Автобусы, всего	1317	100,0	1241	100,0
в том числе, находящиеся в эксплуатации, лет:				
до 2	143	10,9	160	12,9
2,1...5	213	16,2	203	16,4
5,1...8	184	14,0	195	15,7
8,1...10	105	8,0	101	8,1
10,1...13	212	16,1	142	11,4
свыше 13	460	34,8	440	35,5

данного вида перевозок. Всего автобусами области, работающими на маршрутах общего пользования, заказными и автобусами, осуществляющими некоммерческие перевозки для собственных нужд, перевезено 90,6 млн. пассажиров и выполнено 1211,1 млн. пассажиро-км, что соответственно на 6,2 и 20,3 % больше, чем в 2006 г. По сравнению с 2000 г. перевозки пассажиров снизились в 2,1 раза, пассажирооборот в 1,7 раза. Снижение произошло за счёт уменьшения объёмов пассажирских перевозок, выполненных автобусами крупных и средних автотранспортных предприятий (табл. 2.6).

В последние годы на крупных и средних предприятиях различных видов экономической деятельности, в том числе и на автотранспортных предприятиях, наблюдается сокращение объёма пассажирских перевозок. В 2007 г. он уменьшился против 2006 г. на 22,3 % и против 2000 г. в 9,9 раза. Пассажирооборот крупных и средних предприятий в 2007 г. составил 275,4 млн. пассажиро-км против 335,8 млн. пассажиро-км в 2006 г. и 1645,6 млн. пассажиро-км в 2000 г.

Снижение объёмов пассажирских перевозок крупными и средними предприятиями в значительной степени восполняется участием в перевозочной деятельности привлечённых на маршруты общего пользования автобусов малых предприятий и физических лиц. На конец 2007 г. их число составило 1237 единицы, из которых 485 – автобусы физических лиц и 752 – автобусы предприятий. По сравнению с 2006 г. количество привлечённых автобусов увеличилось на 2,9 %.

2.6. Перевозки пассажиров автобусным транспортом Тамбовской области

	2000 г.	2006 г.	2007 г.	Удельный вес объёмов пассажирских перевозок в общем объёме в 2006 г., %
Перевезено пассажиров, всего, млн. человек	180,4	81,6	86,9	100,0
в том числе:				
крупными и средними предприятиями различных видов экономической деятельности	151,6	19,7	15,3	17,6
малыми АТП, физическими лицами – владельцами автобусов	28,8	61,9	71,6	82,4

Пассажиروоборот, всего млн. человек	1886,6	928,2	1029,2	100,0
в том числе:				
крупными и средними АТП и нетранспортными предприятиями, осуществляющие регулярные автобусные перевозки на маршрутах общего пользования	1645,6	335,8	275,4	26,8
малыми АТП, физическими лицами – владельцами автобусов	241,0	592,4	753,8	73,2

Привлечённым транспортом в 2007 г. перевезено 71,6 млн. пассажиров против 61,9 млн. пассажиров в 2006 г. Пассажируоборот, выполненный автобусами малых предприятий и предпринимателей, в 2007 г. составил 753,8 млн. пассажиро-км, что на 27,2 % выше, чем в 2006 г. В структуре объёмов пассажирских перевозок и пассажирооборота доля привлечённого транспорта в 2000 г. составляла соответственно 16,0 и 12,8 %, в 2007 г. она возросла до 82,4 и 73,2 %, что отражает их конкурентоспособную направленность. Одним из показателей качества обслуживания пассажиров и основным составным параметром конкурентоспособности является выполнение расписания движения автобусов. В 2007 г. регулярность движения автобусов, работающих на маршрутах общего пользования области, снизилась против 2006 г. на 1,8 % и составила 97,3 %. На городских маршрутах не выполнено 91,8 тыс. рейсов (3,3 % от предусмотренных расписанием), на пригородных – 4,8 тыс. рейсов (0,6 %), междугородних – 0,2 тыс. рейсов (0,2 %). В 2006 г. число невыполненных рейсов составляло на городских маршрутах 149,1 тыс. рейсов (5,5 %), на пригородных 10,9 тыс. рейсов (1,5 %), междугородних – 0,8 тыс. рейсов (0,8 %).

Затраты на эксплуатацию автобусов в крупных и средних предприятиях различных видов экономической деятельности в 2007 г. составили 346,5 млн. р. в действующих ценах (в 2006 г. было 343,3 млн. р.).

Проведённый анализ показывает, что значительная часть (80 %) лицензируемого транспорта на пассажирских перевозках Тамбовской области принадлежит частным владельцам и нуждается в немедленном техническом перевооружении, формировании структур, обеспечивающих конкурентоспособность автотранспортных услуг, а также надёжную и безопасную эксплуатацию подвижного состава на регулярных автобусных маршрутах.

Сегодня, на наш взгляд, большинство крупных и средних городов Российской Федерации оказались не готовы к переменам на пассажирском транспорте. Большинство из них столкнулось с проблемой перегрузки наших улиц и дорог. Нарушаются графики и интервалы движения автобусов.

Как отмечает Э.П. Сафронов [51], основной причиной перегрузки улично-дорожной сети в г. Омске стало появление за последние годы неконтролируемого числа коммерческих микроавтобусов, работающих в режиме маршрутных такси. Причина в том, что микроавтобусы при перевозке одинакового количества пассажиров занимают в 4–5 раз больше площади улично-дорожной сети, чем транспорт большой вместимости.

Аналогичная обстановка, по нашим наблюдениям, складывается в городах Тамбовской области.

2.2. МОДЕЛЬ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА РАЗВИТИЕ РЕГИОНА

Надёжная и эффективная работа автомобильного транспорта является важнейшим показателем социально-политической и экономической стабильности России.

Улучшение социально-экономической обстановки заметно сопровождается увеличением спроса на автотранспортные услуги.

В удовлетворении этого спроса автомобильному транспорту отводится особая роль, которая обусловлена развитием рынков, товаров и услуг, малого и среднего бизнеса, расширением сферы рыночной торговли, ростом фермерства, а также технологической и коммерческой гибкостью, дающих ему дополнительные преимущества.

С одной стороны, от автотранспортного фактора зависит эффективность работы предприятий, что в условиях рынка напрямую связано с его работоспособностью, а, с другой стороны, сам рынок подразумевает обмен товарами и услугами, что без автомобильного транспорта невозможно, а, следовательно, невозможен и сам рынок.

Поэтому автомобильный транспорт является важнейшей составной частью региональной инфраструктуры.

Исследования состояния и особенностей функционирования грузовых и пассажирских перевозок, на примере региона, позволяют нам не только выявить недостатки и проблемы в перевозочной деятельности, но и наметить пути повышения конкурентоспособности предоставляемых автотранспортных услуг.

Подчеркивая значимость рынка автотранспортных услуг, в общей структуре регионального рынка, одной из задач данного раздела является исследование зависимости валового регионального продукта и конкурентоспособности автотранспортных услуг.

Взаимосвязь между конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов, предоставляющие автотранспортные услуги и экономическим уровнем развития региона можно выразить через показатель валового регионального продукта (ВРП), с одной стороны, и конкурентоспособностью хозяйствующих субъектов, с другой стороны.

Причём, взаимосвязь между рассматриваемыми показателями должна не только отражать влияние конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги на макроэкономические показатели региона, но и может быть использована в целях прогнозирования.

Для определения уровня конкурентоспособности хозяйствующих субъектов в регионе предлагаем использовать интегральный показатель конкурентоспособности (КАТУ), который включает в себя приоритетные направления и отражает особенности автотранспортных услуг, т.е. объёмы перевозок грузов и пассажиров, развитие сети автомобильных дорог в регионе, наличие дорожно-транспортных происшествий. Определение собственной конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе, является неотъемлемой частью маркетинговой деятельности.

При построении интегрального показателя (КАТУ) учитывались два момента: первый – заключается в определении его составляющих и отборе измеряемых признаков, второй – в нахождении методов сведения этих признаков в единый интегральный показатель. В виду того, что не существует общепринятых методик оценки конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе, такой подход является инструментом анализа влияния на конкурентоспособность рассматриваемых измеряемых признаков. Он позволяет оценить потенциальную конкурентоспособность, путём анализа конкурентоспособности в динамике, а также сравнить её со средними значениями. Потенциальная конкурентоспособность основана на теории эффективной конкуренции, показатели которой дают характеристику о производственном потенциале хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе и их роли в социально-экономическом развитии региона.

В исследовании интегрального показателя КАТУ предлагается использовать основные сравнительные характеристики, разработанные органами государственной статистики РФ.

К таким характеристикам относятся: число дорожно-транспортных происшествий (ЧДТП); объём пассажирских перевозок (ОПП); объём грузовых перевозок (ОГП); плотность автодорог (ПАД).

Количественные оценки приоритетных направлений автотранспортного обслуживания региона дают возможность численно определить степень влияния того или иного фактора на эффективное функционирование хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта.

Эти оценки учитывались при определении вариантов развития автотранспортного обслуживания и при расчёте интегрального показателя, отражающего конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе.

Нормированные значения показателей, используемые для построения интегрального показателя КАТУ, представлены в табл. 2.7.

Формула, позволяющая определить значение интегрального показателя, имеет вид

$$КАТУ = \sum_{i=1}^n m_i x_i, \quad (2.1)$$

где m_i – значение коэффициента при x_i , установленное методом количественной оценки приоритетных направлений развития КАТУ; x_i – величина i -го показателя; n – количество показателей.

При определении интегрального показателя КАТУ учитывалось следующее условие, отражающее логику данного исследования: если увеличение значения показателя x_i будет способствовать достижению конечной цели конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги, то коэффициент a_i – имеет положительное значение, иначе – отрицательное.

В результате получено следующее выражение:

$$КАТУ = 0,292 ОПП + 0,406 ОГП + 0,198 ПАД - 0,105 ДТП. \quad (2.2)$$

В формуле (2.1) используется нормирование показателя x_i .

2.7. Состояние автотранспортной системы для Тамбовской области

Показатели	Годы												Среднее значение
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
<i>Фактические значения показателей</i>													
ОПП, млн. человек	143,9	168,6	176,4	188,4	180,4	171,8	152,5	132,3	109,1	82,6	81,6	86,9	
ОГП, млн.т.	29,6	31,8	16	13,7	13,1	14,0	14,2	15,2	15,3	15,4	13,9	14,4	
ЧДТП, случаев единиц	10244	1158	1064	1075	1221	1191	1471	1541	1595	1847	1916	1991	
Плотность автомобильных дорог, км/1000 км ²	137	148	152	152	154	156	160	160	161	162	163	167	
<i>Нормированные значения показателей</i>													
ОПП, млн. человек	0,954	1,171	1,046	1,068	0,957	0,952	0,887	0,824	0,757	0,75	0,987	1,064	0,951

ОГП, млн.т.	0,910	1,074	0,503	0,850	0,956	1,068	1,070	1,006	1,006	1,076	0,902	1,035	0,954
ЧДТП, случаев единиц	1,041	1,080	0,918	1,010	1,135	0,975	1,235	1,047	1,006	1,157	1,037	1,035	1,056
Плотность автомобильных дорог, км / 1000 км ²	1,014	0,872	1,027	1,000	1,013	1,012	1,000	1,006	1,006	1,051	1,006	1,024	1,002
Конкурентоспособность (КАТУ)	0,738	0,872	0,630	0,748	0,748	0,808	0,762	0,739	0,707	0,614	0,745	0,824	0,744

Процесс нормирования осуществляется следующим образом: величина показателя x_i за рассматриваемый период делится на значение соответствующей величины за предыдущий период, тем самым используемый показатель x_i характеризует процессы соответствующей величины за рассматриваемый период.

Очевидным кажется предположение, что x_i может иметь значение как больше, так и меньше единицы, что позволяет оценить динамику изменения выбранных показателей на изменяющихся временных интервалах.

Для проведения исследований были использованы статистические данные, изложенные в параграфе 2.1 [45, 46], а именно: ОПП – объём пассажирских перевозок; ОГП – объём грузовых перевозок; ЧДТП – число дорожно-транспортных происшествий; плотность автомобильных дорог (табл. 2.7). И это правильно, так как прогнозируемый объём пассажирских и грузовых перевозок способствует оценке интенсивности движения, пропускной способности и развитию сети автомобильных дорог, что в конечном итоге является прогнозированием социально-экономического развития региона.

С точки зрения поступательного развития экономики региона актуально исследование зависимости валового регионального продукта и конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе.

Для определения перспектив развития конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги на социально-экономическое развитие региона, можно воспользоваться методами:

- 1) экспертных оценок и аномалий;
- 2) экстраполяции;
- 3) с использованием экономико-математических моделей.

Основу методов первой группы составляет работа по сбору и обобщению заключений специалистов по соответствующему рынку, которые, пользуясь своим опытом и знаниями, могут интуитивно предвидеть дальнейшее развитие конкретной ситуации. Получаемые с помощью таких методов результаты во многом зависят от выбора экспертов и чёткости постановки вопросов, на которые им предлагается ответить.

Методы второй группы предполагают определение математической зависимости, описывающей динамику прогнозируемого показателя в течение предшествующего периода времени. Основной предпосылкой к использованию данных методов служит предположение, что выявленная зависимость сохранится без изменения в будущем, прогнозируемом периоде. Поэтому методы экстраполяции относят к методам безусловного стратегического прогнозирования.

Методы третьей группы требуют трудоёмкой математической обработки, больших массивов исходных данных, которые включают ряды показателей, характеризующих состояние автотранспортной деятельности хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта.

Отмеченные методы могут быть использованы с различной эффективностью и точностью для прогнозирования конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Общим для большинства этих методов является необходимость наличия экспериментальных данных для проведения расчётов.

Для построения математической зависимости (2.1) необходимо выполнить следующие исследования:

1. Предложить методику проведения экспертных оценок, на основе использования которой определить решение весовых коэффициентов.
2. Разработать методику построения математической зависимости (2.1) на основе использования методов математической статистики.
3. Исследовать динамику поведения выбранных показателей на существенном временном периоде (более 10 лет).

Выбор соотношения между натурным и экспертным математическим моделированием в этой связи – актуальная задача.

Данный алгоритм был использован для определения весовых коэффициентов в функциональной зависимости (2.1). При этом использовались начальные данные, представленные в табл. 2.7.

Фрагмент полученных результатов, представлен в табл. 2.8.

2.8. Фрагмент полученных результатов

Число экспертов	Число альтернатив	Периодичность	Степень компетентности эксперта	Оценка альтернативы
5	4	11	0,85	0,71
10	4	11	0,91	0,62
.
.
20	4	11	0,89	0,74

В результате использования предложенного алгоритма были получены результаты, которыми являются значение искомым весовых коэффициентов, используемых в уравнении (2.1), и имеют следующий вид:

$$\text{КАТУ} = 0,292 \text{ ОПП} + 0,406 \text{ ОГП} - 0,105 \text{ ДТП} + 0,198 \text{ ПАД}.$$

Однако, метод экспертных оценок, который был использован на основе разработанной методики, может дать приближённые результаты, так как в значительной степени зависит от субъективизма экспертов.

В связи с этим мы считаем целесообразным сделать попытку использовать методы математической статистики для решения уравнения (2.1). Для этого будем считать, что (2.1) является уравнением многофакторной линейной регрессии, где факторами является система выбранных показателей.

Необходимую зависимость будем искать в классе линейных многофакторных моделей в соответствии со следующей методикой, построения на основе использования работ [39, 42].

Применение корреляционного анализа для нахождения линейной регрессионной зависимости результирующего показателя y от факторов x_1, \dots, x_n на основе данных выборки $y^l, x_1^l, \dots, x_n^l (l = 1, \dots, N)$ в общем случае имеет вид

$$y = f(x_1, \dots, x_n | a_0, a_1, \dots, a_n) = a_0 + \sum_{j=1}^n a_j x_j.$$

Необходимость нахождения неизвестных коэффициентов a_j и j_{20} приводит к системе $(n + 1)$ -го линейных уравнений для определения неизвестных коэффициентов a_0, a_1, \dots, a_n (для $\mu = 1, \dots, n$):

$$Na_0 + \sum_{l=1}^N \sum_{j=1}^n a_j x_j^l = \sum_{l=1}^N y^l;$$

$$a_0 \sum_{l=1}^N x_{\mu}^l + \sum_{l=1}^N \sum_{j=1}^n a_j x_j^l x_{\mu}^l = \sum_{l=1}^N x_{\mu}^l y^l.$$

Из первого уравнения найдём $a_0 = y - \sum_{l=1}^n a_j x_j$, тогда множественную регрессию и систему уравнений для определения a_1, \dots, a_n можно представить в виде ($\mu = 1, \dots, n$):

$$y = f(x_1, \dots, x_n | a_1, \dots, a_n) = \bar{y} + \sum_{j=1}^n a_j (x_j - \bar{x}_j);$$

$$\sum_{l=1}^n a_j \sum_{j=1}^n (x_j^l - \bar{x}_j)(x_{\mu}^l - \bar{x}_{\mu}) = \sum_{l=1}^n (x_{\mu}^l - \bar{x}_{\mu})(y^l - \bar{y}).$$

Обозначим через $r(x_{\mu}, x_j), r(y, x_j)$ коэффициенты корреляции:

$$r(x_{\mu}, x_j) = \frac{1}{N} \sum_{l=1}^N (x_j^l - \bar{x}_j)(x_{\mu}^l - \bar{x}_{\mu}) \sigma_{x_j} \sigma_{x_{\mu}};$$

$$r(y, x_\mu) = \frac{1}{N} \sum_{l=1}^N (x_\mu^l - \bar{x}_\mu)(y^l - \bar{y}) / \sigma_y \sigma_{x_\mu}.$$

Следовательно, система уравнений для нахождения a_1, \dots, a_n преобразуется следующим образом ($\mu = 1, \dots, n$):

$$\sum_{j=1}^n a_j \sigma_{x_j} r(x_\mu, x_j) = \sigma_y r(y, x_\mu),$$

решение которой представимо в виде $a = A_b^{-1}$, где

$$A = \begin{bmatrix} \sigma_{x_1} r(x_1, x_1) & \sigma_{x_1} r(x_1, x_2) & \dots & \sigma_{x_n} r(x_1, x_n) \\ \sigma_{x_1} r(x_2, x_1) & \sigma_{x_2} r(x_2, x_2) & \dots & \sigma_{x_n} r(x_2, x_n) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ \sigma_{x_1} r(x_n, x_1) & \sigma_{x_2} r(x_n, x_2) & \dots & \sigma_{x_n} r(x_n, x_n) \end{bmatrix};$$

$$a = \begin{bmatrix} a_1 \\ a_2 \\ \vdots \\ a_n \end{bmatrix}; \quad b = \sigma_y \begin{bmatrix} r(y, x_1) \\ r(y, x_2) \\ \vdots \\ r(y, x_n) \end{bmatrix},$$

причём $r(x_1, x_1) = r(x_2, x_2) = \dots = r(x_n, x_n) = 1$; $r = r(x_j, x_\mu) = r(x_\mu, x_j)$.

Поэтому матрицу A можно представить как произведение двух матриц $[a]$:

$$A = \begin{bmatrix} \sigma_{x_1} & & 0 \\ & \sigma_{x_2} & \\ & \dots & \\ 0 & & \sigma_{x_n} \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} 1 & r(x_1, x_2) & \dots & r(x_1, x_n) \\ r(x_1, x_2) & 1 & \dots & r(x_2, x_n) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r(x_1, x_n) & r(x_2, x_n) & \dots & 1 \end{bmatrix},$$

где первая матрица – диагональная, а вторая – симметричная.

Приведём основные статистические характеристики линейной многофакторной регрессии $f(x_1, \dots, x_n)$ (опуская в обозначении f зависимость от коэффициентов a_1, \dots, a_n):

$$\bar{y} = f(x_1, \dots, x_n) = \frac{1}{N} \sum_{l=1}^N f(x_1^l, \dots, x_n^l);$$

- среднее регрессионных значений результирующего показателя y ;
- дисперсия регрессионных значений результирующего показателя y

$$\sigma_{f(x)}^2 = \frac{1}{N} \sum_{l=1}^N \left[\sum_{j=1}^n a_j (x_j^l - \bar{x}_j) \right]^2 = \sigma_y^2 \sum_{\mu=1}^n a_\mu \sigma_{x_\mu} r(y, x_\mu);$$

- дисперсия отклонения регрессионных значений результирующего показателя y от среднего выборочного значения y

$$\delta_{f(x)}^2 = \sigma_{f(x)}^2;$$

- остаточная дисперсия значений результирующего показателя y , обусловленная влиянием неучтённых факторов

$$\sigma_{\text{ост}}^2(x) = \sigma_y^2 - \delta_{f(x)}^2 = \sigma_y^2 \left[1 - \sum_{\mu=1}^n a_\mu \frac{\sigma_{x_\mu}}{\sigma_y} r(y, x_\mu) \right] = \sigma_y^2 [1 - R^2(f, x)],$$

где $R(f, x) = \sqrt{\delta_{f(x)}^2} / \sigma_y$ – коэффициент множественной корреляции регрессионных значений f показателя y с факторами x_1, \dots, x_n ;

- средняя квадратическая ошибка коэффициента множественной корреляции $R(f, x)$

$$\sigma_R = \frac{1}{\sqrt{N}} [1 - R^2(f, x)];$$

- оценка надёжности коэффициента множественной корреляции

$$\theta_R = R(f, x) / \sigma_R;$$

- доверительный интервал значений коэффициента множественной корреляции с вероятностью 0,95

$$I_R = [R(f, x) - 1,96\sigma_R; R(f, x) + 1,96\sigma_R];$$

- коэффициент корреляции регрессионных значений $f \leftarrow (x)$ с выборочными значениями результирующего показателя y

$$r(y, f) = \frac{1}{N} \sum_{l=1}^N f(y^l - y) [f(x^l) - y] / \sigma_y \sigma_{f(x)};$$

- средняя квадратическая ошибка коэффициента корреляции $r(y, f)$

$$\sigma_{r(y, f)} = [1 - r^2(y, f)] / \sqrt{N};$$

- оценка надёжности коэффициента корреляции $r(y, f)$

$$\theta_{r(y, f)} = r(y, f) / \sigma_{r(y, f)};$$

- доверительный интервал значений коэффициента корреляции $r(y, f)$ с вероятностью 0,95

$$I_{r(y, f)} = [r(y, f) - 1,96\sigma_{r(y, f)}; r(y, f) + 1,96\sigma_{r(y, f)}].$$

Следовательно, нахождение линейной многофакторной модели регрессии, по существу, является максимизацией коэффициента R множественной корреляции. Корреляционная зависимость выборочных значений результирующего показателя

y с $x = (x_1, \dots, x_n)$ считается значимой, а связь y с x – реальной вероятностью 0,95, если выполнено неравенство $\theta_{r(y, x)} > 1,96$; в противном случае корреляционная связь y с x не доказана, и значение $r(y, x)$ случайно. При этом коэффициент $r(y, x)$ равен

$$r = [(-1)^n \Delta_1(y, x) / \Delta_2(y, x)]^{1/2},$$

$$\Delta_1(y, x) = \begin{vmatrix} r(y, x_1) & r(y, x_2) & \dots & r(y, x_n) & 0 \\ 1 & r(x_1, x_2) & \dots & r(x_2, x_n) & r(y, x_1) \\ r(x_1, x_2) & 1 & \dots & r(x_2, x_n) & r(y, x_2) \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ r(x_n, x_1) & r(x_n, x_2) & \dots & 1 & r(y, x_n) \end{vmatrix},$$

$$\Delta_2(y, x) = \begin{vmatrix} 1 & r(x_1, x_2) & \dots & r(x_1, x_n) \\ r(x_2, x_1) & 1 & \dots & r(x_2, x_n) \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ r(x_n, x_1) & r(x_n, x_2) & \dots & 1 \end{vmatrix}.$$

Далее приведём выражения для статистических характеристик коэффициента множественной корреляции:

– средняя квадратическая ошибка коэффициента корреляции $r(y, f)$

$$\sigma_{r(y, f)} = [1 - r^2(y, f)] / \sqrt{N};$$

- оценка надёжности

$$\theta_{r(y, f)} = r(y, f) / \sigma_{r(y, f)};$$

- доверительный интервал значений коэффициента множественной корреляции $r(y, f)$ с вероятностью 0,95

$$I_{r(y, f)} = [r(y, f) - 1,96\sigma_{r(y, f)}; r(y, f) + 1,96\sigma_{r(y, f)}].$$

Аналогично даются заключения и по корреляционным регрессионным значениям $f(x)$ с x по $R(f, x)$, σ_R , θ_R и выборочных значений показателя y с регрессионными $f(x)$ по $r(y, f)$, $\sigma_{r(y, f)}$, $\theta_{r(y, f)}$.

Ошибка использования регрессионных значений $f(x^l)$ вместо выборочных y^l ($l = 1, \dots, N$) в среднем равна $\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x)$, следовательно, чем меньше $\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x)$, тем лучше линейная многофакторная модель соответствует неизвестной зависимости результирующего показателя y от факторов x_1, \dots, x_n на основе данных выборки y^l, x_1^l, \dots, x_n^l ($l = 1, \dots, N$). При этом $\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x) = \sigma_y^2 [1 - R^2(f, x)]$, а доверительный интервал значений $\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x)$ с вероятностью 0,95 равен

$$I\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x) = \sigma_y^2 \{1 - [R(f, x) + 1,96\sigma_{R(f, x)}]^2\};$$

$$\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x) = \sigma_y^2 \{1 - [R(f, x) - 1,96\sigma_{R(f, x)}]^2\}.$$

Таким образом, использование линейной множественной регрессии $f(x_1, \dots, x_n)$ в качестве корреляционной зависимости результирующего показателя y от факторов $x = (x_1, \dots, x_n)$ тем более «оправдано», чем меньше $\sigma_{y_{\text{ост}}}^2(x)$ или чем больше надёжность θ_R коэффициента множественной корреляции $R(f, x)$.

Использование предлагаемой методики позволило изучить следующие значения коэффициентов в варианте 2.2, для исследования КАТУ:

$$\text{КАТУ} = 0,49 \text{ ОПП} + 0,67 \text{ ОГП} - 0,414 \text{ ДТП} + 0,23 \text{ ПАД}.$$

Таким образом, анализ динамики ВРП, приведённый в табл. 2.9 позволяет сделать следующие выводы:

1. Субъективизм экспертов не позволил получить зависимость, определяющую заданному уравнению адекватности.
2. Отклонения значений КАТУ, полученные на основе использования метода экспертных оценок и методов математической статистики составили в пределах 18 %.
3. В тех случаях, когда имеется достаточный статистический материал, необходимо использовать статистические методы.

2.9. Динамика ВРП

Годы	Валовый региональный продукт, млрд. р.	КАТУ ус.ед.
1996	23 127	0,879
1997	24 200	1,048
1998	20 217	0,705

1999	21 670	0,904
2000	22 170	0,871
2001	23 810	1,010
2002	22 500	0,869
2003	21 750	0,875
2004	20 445	0,859
2005	21 438	0,550
2006	22 310	0,889
2007	24 168	1,021
Ср. знач.	22 302	0,873

$$T \rightarrow \text{КАТУ}; Y \rightarrow \text{ВРП}; \sum t = 8,5445; \frac{\sum t}{N} = 0,776; \sum y = 262\,618;$$

$$\sum y^t = 209\,709,53; \sum t^2 = 7,200; (\sum t)^2 = 73,008; \frac{(\sum t)^2}{n} = 6,64;$$

$$\frac{\sum y}{n} = 23\,874,36;$$

$$a = \frac{209\,709,53 - \frac{262\,618 \cdot 8,5445}{11}}{7,2 - 6,64} = \frac{209\,709,53 - 203\,994,5}{0,56} =$$

$$= \frac{5715,03}{0,56} = 10\,205,41;$$

$$b = 23\,874,36 - 10\,205,41 \cdot 0,776 = 15\,954,96;$$

$$\text{ВРП} = 10\,205,41 \times \text{КАТС} + 15\,954,96;$$

$$\text{ВРП} = a \times \text{КАТС} + b.$$

Из анализа приведённых данных можно сделать вывод, что между рассматриваемыми показателями существует достаточно высокая корреляционная связь. Уровень развития конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, предоставляющих автотранспортные услуги в регионе, является одной из важнейших предпосылок социально-экономического развития региона в целом.

Указанная взаимозависимость действует не только на уровне субъектов, но и на уровне социального хозяйствования. Предложенная модель позволяет количественно оценить влияние внутренних факторов на конкурентоспособность хозяйствующих субъектов автомобильного транспорта региона, выявить перспективные направления её развития. Зависимость ВРП и конкурентоспособности субъектов автомобильного транспорта (табл. 2.9) может быть успешно использована для прогнозирования социально-экономического развития региона.

Эти понятия и разработанную модель предполагаем, использовать для сравнения с другими, условно равнозначными и среднестатистическими регионами Российской Федерации, ведущими конкурентные отношения.

2.3. МЕТОДИКИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

Автомобильный транспорт России объединяет в единый комплекс все отрасли экономики, являясь его главным компонентом.

Обеспеченность территории хорошо развитой и конкурентоспособной автотранспортной системой является одним из факторов рационального размещения производства, производительных сил и получения интеграционного эффекта [3, 7]. В качестве субъекта конкурентоспособности автотранспортной системы могут выступать виды автотранспортных услуг, автотранспортные предприятия различных форм собственности, автотранспортные отрасли, другие виды транспорта.

К основным направлениям, способствующим развитию конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте, следует отнести:

- 1) капитальные вложения, предусматриваемые на развитие автомобильного транспорта;
- 2) размещение и развитие отраслей промышленности, строительства и сельского хозяйства в регионах;
- 3) плотность размещения отдельных видов транспорта в регионах;
- 4) развитие межотраслевых и межтерриториальных связей;
- 5) обеспеченность высококвалифицированными кадрами;
- 6) подвижность населения;
- 7) экологический;
- 8) уровень регионального развития производительных сил.

Уровень развития конкурентоспособности автотранспортной системы экономических регионов неодинаков. Обеспеченность путями сообщения как по общей длине, так и по плотности отличается в десятки раз и более. Наиболее развитой и конкурентоспособной автотранспортной системой являются Центрально-Черноземный, Центральный, Северо-Западный, Северо-Кавказский, Волго-Вятский районы; наименее развитой: Дальне-Восточный, Восточно-Сибирский, Западно-Сибирский, Северный, экономические районы [29, 31].

Автомобильный транспорт оказывает существенное влияние на концентрацию производства в регионах, которая приводит к расширению района потребления продукции. Если автотранспортная слагающая, включающая в себя расходы на доставку сырья и топлива в районы производства и готовой продукции в районы потребления, будет возрастать в результате увеличения дальности перевозок в большей степени, чем снижаются издержки при концентрации производства, то увеличение размеров предприятия не будет эффективным.

Например, повышение мощности производства строительных материалов (кирпича, железобетона и др.) предприятия, работающем на глине и песке, может оказаться нерентабельным, если из-за увеличения дальности перевозки глины и песка автотранспортные расходы превысят экономию от снижения себестоимости выпускаемой продукции.

Велико влияние конкурентоспособности в системе автомобильного транспорта как элемента региональной инфраструктуры на концентрацию производства в сельском хозяйстве. Для концентрации сельскохозяйственного производства особое значение имеет развитая сеть автомобильных дорог и использование автомобильного транспорта, обеспечивающего материально-техническое снабжение, а также подвоз сельскохозяйственной продукции к пунктам переработки и хранения (сахарная свекла, зерновые и масличные культуры и др.).

Развитие конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте влияет на эффективность производства, как отдельных предприятий, так и регионов и страны в целом.

Так, при производстве сахара расход сырья превышает расход топлива в 5–6 раз, при производстве цемента это соотношение ещё больше. Поэтому размещение, к примеру сахарных заводов Тамбовской области и Липецкого цементного завода, было осуществлено преимущественно вблизи сырьевой базы. Это справедливо также для целлюлозно-бумажной, деревообрабатывающей и некоторых других отраслей промышленности.

Субъекты автомобильного транспорта, создавая конкурентоспособные автотранспортные услуги, считаем мы, должны применять различные стратегии, к примеру:

- добиваться разнообразия и отличия от своих конкурентов автотранспортных услуг (организация укороченных, экспрессных и полуэкспрессных маршрутов, внедрение часовых графиков в период массовых перевозок сельхозпродуктов, создание логистических и терминальных систем в грузодвижении и т.д.);
- поддерживать подвижной состав автомобильного транспорта в соответствии с потребностями потребителей автотранспортных услуг;
- регулярно развивать и совершенствовать систему сервисного обслуживания (организация фирменных маршрутов, выполнение свадебных услуг и т.д.);
- выбирать наиболее привлекательные для потребителя услуги (приём заказов на легковые таксомоторы и грузовые автомобили к прибытию и отправлению железнодорожных поездов, авиалайнеров, морских судов, при покупке товаров в торговой сети и т.д.);
- стимулирование новых видов автотранспортных услуг;
- находить возможность путём мониторинговых мероприятий, применения новых типов моделей автотранспортных средств, а также существующих и морально устаревших типов подвижного состава.

Реализация конкретных программ, связанных с повышением конкурентоспособности автотранспортных услуг, вызывает необходимость разработки методов повышения конкурентоспособности.

К динамическим методам следует отнести:

1) повышение уровня предоставляемых автотранспортных услуг за счёт внедрения прогрессивных форм обслуживания потребителей, основанных на надёжности и безопасности, а также совершенствовании технологического процесса внутрипроизводственных систем субъектов автомобильного транспорта, обновлении подвижного состава и введении инноваций;

2) снижение автотранспортных издержек, за счёт увеличения выработки на списочную автотонну и пассажироместо, увеличения времени работы автомобильного транспорта на линии, уменьшения числа переработок рабочего времени, сокращения порожних пробегов и непроизводительных простоев;

3) повышение производительности, за счёт увеличения выпуска подвижного состава на линию, сокращения простоев под грузовыми операциями, соблюдения регулярности движения на пассажирском автотранспорте, моральной и материальной мотивации работников автомобильного транспорта;

4) ценовые и неценовые методы повышения конкурентоспособности, за счёт более низких и демпинговых цен, использования компьютерных технологий Интернет для маркетинга и информационного обеспечения инновационных разработок.

Методы конкурентной борьбы, связанные с нарушением принятых на рынке автотранспортных услуг норм и правил конкуренции, называют недобросовестной конкуренцией.

Сделаем вывод, что уровень необходимого развития конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте зависит от множества разноплановых показателей, для достижения которого можно использовать разные способы. Совокупность этих способов по содержанию и направлению объединим в группы [70, 72]: технические, организационные, экономические, социальные.

Дадим краткую авторскую характеристику этим способам применительно к автомобильному транспорту (рис. 2.1).

Среди технических способов развития конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте основное место принадлежит разработке новых моделей подвижного состава на стадии проектирования.

Именно на этой стадии после маркетинговых изучений услуг и выбора типа подвижного состава проводится комплекс научно-исследовательских и конструкторских работ, необходимых для обеспечения технических параметров автомобильного транспорта.

Эта стадия признаётся решающей, так как более 50 % отказов технических устройств создают дефекты, допущенные при проектировании [70].

Немаловажное значение, на наш взгляд, имеет организация внутрипроизводственных систем, обеспечивающая функционирование автомобильного транспорта в период его эксплуатационной деятельности, и, в первую очередь, проведение регламентных работ при техническом обслуживании и ремонте.

Рыночные условия предполагают широкое применение организационных показателей развития конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте.

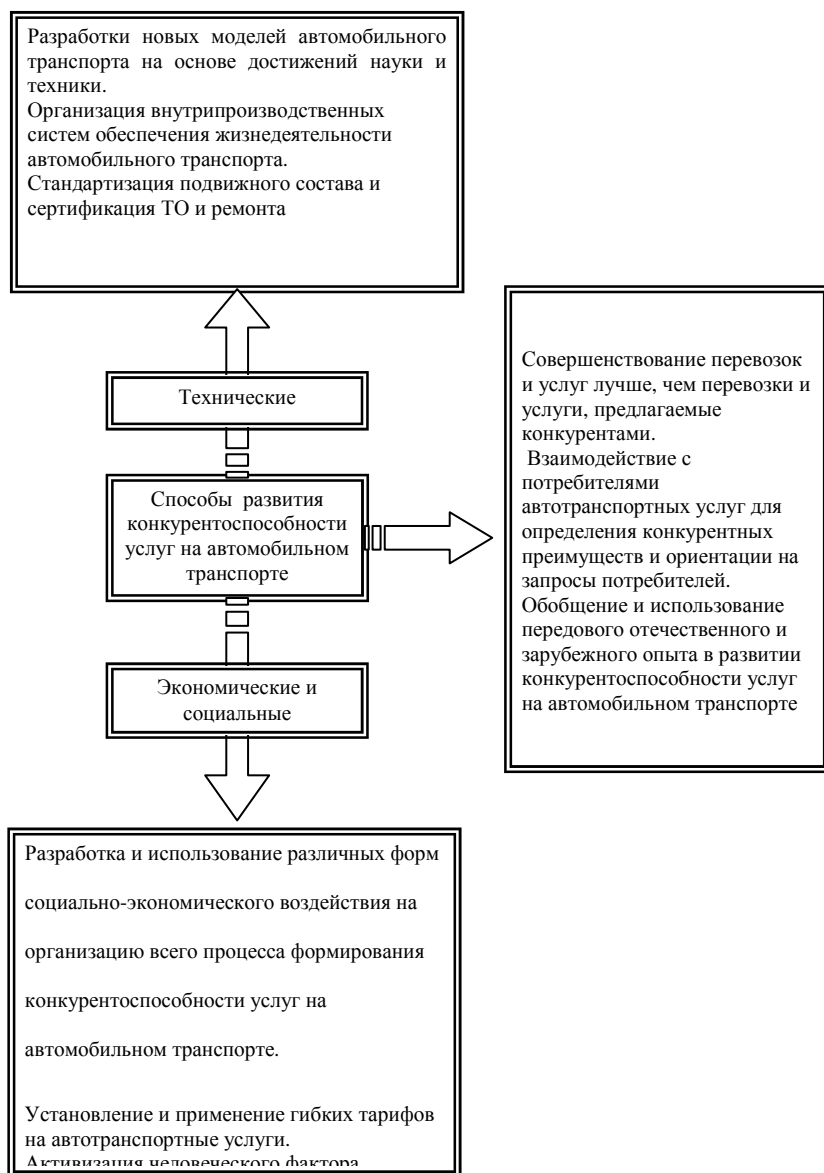


Рис. 2.1. Основные способы развития конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте

К приоритетным направлениям развития конкурентоспособности следует отнести внедрение прогрессивных форм и новейших технологий при организации перевозочного процесса на автомобильном транспорте, которые дают возможность потребителям оценить автотранспортные услуги и считать их востребованными и конкурентоспособными.

Разработка и использование различных форм социально-экономического воздействия на развитие конкурентоспособности, в том числе: маркетинговые изучения спроса на автотранспортные услуги; согласованные действия прогнозирования и планирования; доступность цен и тарифов; мощная мотивация труда всех категорий работающих на автомобильном транспорте.

Развитие конкурентоспособности автотранспортных предприятий является актуальной проблемой с позиции теории отраслевой экономики и имеющее громадное значение для самих участников процессов производства и реализации автотранспортных услуг. Конкурентоспособность автотранспортных предприятий в общем смысле этого понятия стала основным фактором их присутствия на рынке автотранспортных услуг.

В новых условиях конкуренция автотранспортных услуг трансформируется в конкуренцию предприятий, в соперничество управленческих знаний, искусства и мастерства управления. Перемены в конкурентных отношениях меняют требования к управлению автотранспортными предприятиями (рис. 2.2).



Рис. 2.2. Изменение требований к управлению автотранспортными предприятиями

Немаловажное значение для развития конкурентоспособности автотранспортных предприятий имеет конкурентная среда, в которой они осуществляют свою деятельность. Предприниматели одиночки стараются любыми путями расширить сферу своей деятельности, чтобы охватить как можно больше рынков автотранспортных услуг.

Для большинства городов и населённых пунктов Российской Федерации в современных рыночных условиях характерно наличие одного автотранспортного предприятия, от которого зависит и качество предлагаемых автотранспортных услуг, а также их перечень и количество.

Показатели конкурентоспособности автотранспортного предприятия характерны тем, что они дают возможность оценить его работу потребителем автотранспортных услуг по спросу на предлагаемые услуги, а также оценить способность конкурировать на рынке автотранспортных услуг за счёт своих ресурсов и организации работы.

Существует ещё целый ряд показателей, которые влияют на конкурентоспособность автотранспортного предприятия и в случае определённой необходимости оценка их может производиться самим автотранспортным предприятием. Для оценки уровня конкурентоспособности автотранспортного предприятия, в данном случае, могут применяться такие показатели, как производительность труда, квалификация производственного и управленческого персонала, а также динамика валовых доходов предприятия за несколько последних лет, размер ежегодных капиталовложений в развитие предприятия и другие.

Проведём расчёт оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий по трём вариантам: первый вариант – с помощью интегрального показателя конкурентоспособности автотранспортного предприятия по методике НИИАТ; второй вариант – по усовершенствованному и преобразованному нами методу экспертных оценок рейтинга с использованием SWOT-анализа на базе многомерного сравнительного подхода; третий вариант – по улучшенной нами формуле расчёта интегрального показателя конкурентоспособности автотранспортного предприятия.

Первый вариант. Интегральный показатель конкурентоспособности автотранспортного предприятия (K_o), определяется как средневзвешенная величина полученных коэффициентов:

$$K_o = (K_{сп} + K_{к} + K_{л} + K_{в} + K_{р}) / N.$$

Величина каждого показателя определяется по данным автотранспортного предприятия за рассматриваемый период и оценивается коэффициентом конкурентоспособности данного показателя. Итоговый интегральный показатель конкурентоспособности в целом по автотранспортному предприятию K_o определяется как средневзвешенная величина полученных коэффициентов; N означает количество показателей.

1. При определении коэффициента конкурентоспособности спроса и предложений $K_{сп}$ исходим из того, когда предложенный объём перевозок будет превышать объём спроса, т.е. конкурентоспособность автотранспортного предприятия будет обеспечиваться, когда $Q_{пр}$ больше $Q_{сп}$. В качестве критерия, определяющего оптимальную величину конкурентоспособности автотранспортного предприятия по соотношению спроса и предложения на перевозки, принимаем разность между $Q_{пр}$ и $Q_{сп}$ на 20 %, т.е. отношение $Q_{пр}$ к $Q_{сп}$ равно 1,25. При этом коэффициент конкурентоспособности K_c автотранспортного предприятия по данному показателю составит единицу.

При разности между $Q_{пр}$ и $Q_{сп}$ менее 20 % коэффициент конкурентоспособности K_c будет снижаться, пропорционально должна снижаться конкурентоспособность автотранспортного предприятия. Если возможности автотранспортного предприятия по объёму перевозок будут ниже чем спрос, это будет свидетельствовать о неконкурентоспособности автотранспортного предприятия по этому показателю.

Коэффициент спроса и предложений K_c автотранспортного предприятия рассчитываем следующим образом:

$$K_c = \frac{Q_{пр} / Q_{сп}}{1,25}.$$

Если значение коэффициента спроса и предложений $K_{сп}$ более 1,25, то автотранспортное предприятие конкурентоспособно по этому показателю, если меньше единицы, то неконкурентоспособно.

2. Для определения коэффициента конкурентоспособности качества транспортного обслуживания $K_{к}$, необходимо оценить качество обслуживания по трём параметрам: по установленным стандартам и нормативам, которые разрабатывают сами автотранспортные предприятия; по качественным характеристикам аналогичных перевозок предприятий конкурентов; по оценкам потребителя автотранспортных услуг. В параграфе 2.3 подробно изложены отдельные подходы к определению уровня обслуживания потребителя, нормативы и авторские разработки по оценке качества транспортного обслуживания. Рассмотрим уровень специализации парка автотранспортных средств и уровень перевозок грузов по графикам. Здесь важно

учесть авторскую позицию, так как в предлагаемых вариантах будет наиболее объективная и реальная оценка качества перевозок по данным показателям.

При уровне специализации автотранспортных средств, заявленных потребителем на 100 %, коэффициент конкурентоспособности K_c по данному показателю равняется единице. При уровне перевозок по графику, согласованному с грузоотправителями и грузополучателями на 100 %, коэффициент конкурентоспособности $K_{гр}$ будет также равен единице.

При специализации автотранспортных средств и перевозок грузов по графику менее 50 %, автотранспортное предприятие по данному показателю будет неконкурентоспособным.

Совокупный коэффициент, характеризующий способность автотранспортного предприятия выполнять перевозки на качественном уровне, определяется как полусумма данных коэффициентов:

$$K_k = (K_c + K_{гр}) / 2.$$

3. Коэффициент конкурентоспособности соотношения доходов и расходов $K_{п}$ на перевозки грузов показывает: если соотношение доходов и расходов автотранспортного предприятия составляет 1,3 и более, то конкурентоспособность с позиции коэффициента соотношения доходов и расходов $K_{п}$ равняется единице. При соотношении доходов к расходам менее единицы автотранспортное предприятие признается неконкурентоспособным.

Коэффициент конкурентоспособности соотношения доходов и расходов $K_{п}$ определяется по формуле $K_{п} = \frac{Д}{Р}$, где $Д$ – доходы за определенный период, р.; $Р$ – расходы за тот же период, р.; 1,3 – соотношение доходов и расходов при коэффициенте $K_{п} = 1$.

4. Для определения коэффициента конкурентоспособности по показателю количества видов перевозок и услуг $K_{в}$, выполняемых автотранспортным предприятием, исходим из сложившегося рынка автотранспортных услуг в Тамбовской области (табл. 2.1). Наибольший коэффициент конкурентоспособности $K_{в} = 1$ имеют автотранспортные предприятия, осуществляющие три и более вида перевозок, при двух видах $K_{в} = 0,8$, при одном виде $K_{в} = 0,6$.

5. Коэффициент конкурентоспособности ресурсов автотранспортного предприятия $K_{р}$ определяется, исходя из соотношения активной части основных производственных фондов (подвижной состав) и основных производственных фондов (производственная база). В качестве критерия рекомендуется величина удельного веса (40 %) производственной базы к подвижному составу.

Другим показателем конкурентоспособности ресурсов является средняя грузоподъемность автомобилей автотранспортного предприятия, которая сравнивается с фактическими данными за отчетный период с учетом экспертной оценки рациональной средней грузоподъемности и специализации автомобилей.

При удельном весе производственной базы 40 % и более к подвижному составу, конкурентоспособность по данному показателю оценивается коэффициентом $K_{р} = 1$.

$$K_{р} = \frac{ПБ100/ПС}{40},$$

где $ПБ$ – стоимость производственной базы, р.; $ПС$ – стоимость подвижного состава, р.; 40 – удельный вес $ПБ$ в $ПС$ при коэффициенте конкурентоспособности $K_{р} = 1$.

При удельном весе производственной базы в основных фондах менее 20 % автотранспортное предприятие следует считать неконкурентоспособным, в данном случае $K_{р} = 0,45$.

Конкурентоспособность АТП рекомендуется оценивать также с позиции соответствия грузоподъемности парка его рациональному уровню. Для этих целей фактическую среднюю грузоподъемность $Q_{фср}$ определяем по отчетным данным, а рациональную на основе экспертной оценки по специализации автомобилей, используя формулу

$$Q_{ср} = \frac{Q_б A_б + Q_с A_с + Q_ф A_ф + Q_ц A_ц + Q_п A_п}{A_б + A_с + A_ф + A_ц + A_п},$$

где $Q_{ср}$ – средняя грузоподъемность, соответствующая рациональному уровню, соответственно бортовых автомобилей, самосвалов, фургонов, цистерн и прочих автомобилей; $A_б, A_с, A_ф, A_ц, A_п$ – среднесписочное количество автомобилей по специализации.

При средней фактической грузоподъемности автомобилей, совпадающей с рациональной грузоподъемностью, автотранспортное предприятие следует считать соответствующим условиям перевозок, а коэффициент конкурентоспособности $K_{р} = 1$.

Когда фактическая средняя грузоподъемность рационального парка автомобилей менее чем 50 %, автотранспортное предприятие по данному показателю следует признать неконкурентоспособным, а коэффициент $K_{р} = 0,45$.

Совокупный коэффициент, характеризующий обеспеченность автотранспортного предприятия ресурсами, определяется как полусумма коэффициентов производственной базы и рациональной грузоподъемности.

Интегральный показатель конкурентоспособности автотранспортного предприятия (K_0), определим как средневзвешенную величину полученных коэффициентов ($K_{сп}; K_k; K_{п}; K_{в}; K_{р}$):

$$K_0 = (K_{сп} + K_k + K_{п} + K_{в} + K_{р}) / 5.$$

При значении интегрального показателя конкурентоспособности K_0 от 0,8 до 1, автотранспортное предприятие следует считать конкурентоспособным, при K_0 от 0,5 до 0,79 – средней конкурентоспособности, при K_0 менее 0,5 – неконкурентоспособным.

На основании изложенной методики и статистических данных работы ОАО «Тамбовский автокомбинат», ОАО «Тамбовская автоколонна 1139», ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» в 2007 г. (табл. 2.10) проведем расчёт уровня их конкурентоспособности.

2.10. Исходные данные для расчета уровня конкурентоспособности

Исходные данные	Автотранспортное предприятие		
	Автокомбинат	Автоколонна 1139	Автотранспортное предприятие
Объём перевозок возможный, тыс. т.	548,7	241,8	129,4
Объём перевозок принятый, тыс. т.	439,2	173,6	108,9
Объём перевозок по графику, тыс. т.	53,6	15,1	25,3
Доходы, млн. р.	178,8	65,5	63,9
Расходы, млн. р.	134,4	42,7	51,6
Списочное количество автомобилей, ед.	152	78	62
Количество специализированного подвижного состава, ед.	67	15	34
Количество видов перевозок, осуществляемых АТП	5	5	4
Стоимость ОПФ, млн. р.	68,7	32,5	30,8
в том числе:			
стоимость ПТБ, млн. р.	31,6	14,4	7,7
Средняя грузоподъёмность парка, т.	11,2	9,2	8,7

1. Коэффициент конкурентоспособности спроса и предложений K_c рассчитываем по формуле

$$K_c = \frac{Q_{пр}}{Q_{сп}} \cdot 1,25$$

ОАО «Тамбовский автокомбинат»

$$K_c = \frac{548,7/439,2}{1,25} = 0,99 \text{ (конкурентоспособное);}$$

ОАО «Тамбовская автоколонна 1139»

$$K_c = \frac{241,8/173,6}{1,25} = 1,11 \text{ (конкурентоспособное);}$$

ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятия»

$$K_c = \frac{129,4}{108,9} = 1,18 \text{ (конкурентоспособное).}$$

В аналогичном порядке рассчитываем остальные коэффициенты.

Далее рассчитываем интегральный показатель конкурентоспособности автотранспортного предприятия (K_o), который определяется как средневзвешенная величина полученных коэффициентов:

$$K_o = (K_{сп} + K_k + K_n + K_v + K_p) / N$$

ОАО «Тамбовский автокомбинат»

$$K_o = (0,99 + 0,28 + 1,01 + 1 + 1,14) / 5 = 0,88;$$

ОАО «Тамбовская автоколонна 1139»

$$K_o = (1,11 + 0,13 + 1,17 + 1 + 1,1) / 5 = 0,90;$$

ОАО «Тамбовское автотранс. предприятие»

$$K_o = (1,18 + 0,38 + 0,95 + 1 + 0,62) / 5 = 0,82.$$

Итоговые результаты (табл. 2.11) показывают, что ОАО «Тамбовская автоколонна 1139», ОАО «Тамбовский автокомбинат», ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» имеют значения интегрального показателя конкурентоспособности соответственно 0,9; 0,88; 0,82. Их уровень конкурентоспособности в условиях рынка автотранспортных услуг в Тамбовской области является высоким.

2.11. Сводная таблица интегральных коэффициентов конкурентоспособности автотранспортных предприятий

Коэффициенты	Автотранспортное предприятие		
	Автокомбинат	Автоколонна 1139	Автотрансп. предп.
$K_{сп}$	0,99	1,11	1,18
K_k	0,28	0,13	0,38
K_n	1,01	1,17	0,95
K_v	1,00	1,00	1,00
K_p	0,60	0,83	0,82
Показатель конкуренто-способности	0,88	0,90	0,82

Второй вариант. Расчёт ведём по усовершенствованному и преобразованному нами методу экспертных оценок рейтинга с использованием SWOT-анализа на базе многомерного сравнительного подхода (табл. 2.12).

Долю на рынке рассчитываем как объём перевозок, выполненный в 2007г. соответствующим предприятием к общему объёму перевозок всех хозяйствующих субъектов. К примеру, доля на рынке ОАО «Тамбовский автокомбинат» равна $439,2 \text{ тыс.т} / (439,2 + 173,6 + 108,9) = 60,8 \%$. Аналогичным образом рассчитаем этот показатель и по другим участникам рынка.

Долю новых позиций в линейке услуг определяем как отношение объёма новых услуг в стоимостном выражении к общему обороту.

Рентабельность активов рассчитана как отношение прибыли к стоимости ОПФ. Например, по автокомбинату:

$$P_a = \frac{(178,8 - 134,4) \cdot 100 \%}{68,7} = 64,6 \%$$

Это означает, что с каждого рубля, вложенного в основные производственные фонды, автокомбинат получает прибыль в размере 64,6 к. Подобные расчёты делаем и по другим конкурентам.

2.12. Показатели количественной оценки конкурентоспособности автотранспортных предприятий на рынке автотранспортных услуг

Конкуренты	Доля на рынке*, %	Линейка услуг (количество единиц)	Уровень специализации подвижного состава, %	Уровень перевозок грузов по графику, %	Количество претензий по качеству на 1000 заказов, ед.	Доля новых позиций в линейке %	Средняя цена единицы услуги, р. за т/км.	Процент аттестованных специалистов, %	Доля стоимости ПТБ в ОПФ, %	Рентабельность активов, % отношение прибыли к ОПФ
Автокомбинат	60,9	5	44,0	12,2	5,2	10	12,0	89,0	46,0	64,6
Автоколонна № 1139	24,1	5	19,2	8,6	4,8	6	11,86	91,0	44,3	70,2
Авто-транспортное предприятие	15,0	4	54,8	23,2	4,5	7	12,15	85,0	25,0	39,9

2.13. Матрица стандартизированных коэффициентов

Конкуренты	Автокомбинат	Автоколонна 1139	Автотранспортное предприятие
1	1,0	0,40	0,25
2	1,0	1,0	0,8
3	0,8	0,35	1,0
4	0,53	0,37	1,0
5	0,86	0,94	1,0
6	1,0	0,6	0,7
7	0,98	1,0	0,97
8	0,98	1,0	0,93
9	1,0	0,96	0,54
10	0,92	1,0	0,57

Далее строим матрицу стандартизированных коэффициентов, выбирая в каждом столбце наилучший показатель, – стандарт. Все показатели соответствующего столбца делим на выбранный стандарт и получаем новую матрицу (табл. 2.13).

Предположим, что все показатели, включённые в оценку конкурентоспособности автотранспортных предприятий, имеют одинаковый вес (значимость) с коэффициентом, равным единице. Просуммируем полученные результаты по строкам и получим рейтинг конкурентов на рынке автотранспортных услуг:

$$P_{авт.} = 1,0 + 1,0 + 0,8 + 0,53 + 0,86 + 1,0 + 0,98 + 0,98 + 1,0 + 0,92 = 9,07;$$

$$P_{ав.1139} = 7,62; P_{атп} = 7,76.$$

Таким образом, по нашим расчётам наиболее конкурентоспособным является ОАО «Тамбовский автокомбинат» с рейтингом, равным 9,07 баллов. На втором месте ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» ($P = 7,76$ бал.) и на

третьем – ОАО «Тамбовская автоколонна 1139» ($P = 7,62$). Расхождения в оценках конкурентоспособности участников рынка объясняются тем, что в новых расчётах использованы, главным образом, другие показатели. Последние нами выбраны, исходя из современных реальных условий экономики страны, а также из самого определения конкурентоспособности.

Третий вариант. Расчёт ведём по улучшенной нами формуле расчёта интегрального показателя конкурентоспособности автотранспортного предприятия, с заменой коэффициентов соотношения спроса и предложения, доходов и расходов соответственно на коэффициенты ликвидности услуг и прибыльности. Коэффициент ликвидности услуг рассчитаем по доле нормативных издержек потребления в продажной цене. Так, по ОАО «Тамбовский автокомбинат» он составил в 2007 г. 0,84; по ОАО «Тамбовская автоколонна 1139» – 0,89; по ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» – 0,77.

В качестве коэффициентов прибыльности используем рентабельность активов: по ОАО «Тамбовский автокомбинат» – 64,6 %; по ОАО «Тамбовская автоколонна 1139» – 70,2 %; по ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» – 39,9 %. Все остальные коэффициенты возьмём из ранее приведённых расчётов по первому варианту. При этом все коэффициенты приведём к единому выражению, т.е. к процентной форме.

Получаем интегральные коэффициенты конкурентоспособности для:

- ОАО «Тамбовский автокомбинат» $K_0 = (0,84 + 0,65 + 0,28 + 1,00 + 0,60) / 5 = 0,674$;
- ОАО «Тамбовская автоколонна № 1139» $K_0 = (0,89 + 0,70 + 0,13 + 1,00 + 0,83) / 5 = 0,71$;
- ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие» $K_0 = (0,77 + 0,39 + 0,38 + 1,00 + 0,82) / 5 = 0,672$.

В этом случае наши оценки по рейтинговым позициям не совпадают с теми, что составлены по методике НИИАТ (табл. 3.2). В виду того, что интегральные показатели конкурентоспособности автотранспортных предприятий находятся в диапазоне 0,5...0,79, их уровень конкурентоспособности в условиях рынка автотранспортных услуг в Тамбовской области является средней конкурентоспособности, а в первом случае были отнесены к высокой конкурентоспособности.

Наиболее конкурентоспособным автотранспортным предприятием признаётся ОАО «Тамбовская автоколонна 1139», на втором месте автокомбинат, на третьем ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие».

Средневзвешенная оценка по рейтинговым позициям всех трех вариантов выглядит следующим образом: 1 место – ОАО «Тамбовский автокомбинат»; 2 место – ОАО «Тамбовская автоколонна 1139»; 3 место – ОАО «Тамбовское автотранспортное предприятие». Отметим, что более объективные экспертные оценки рейтинга конкурентов были даны во втором варианте, когда расчёты были проведены с использованием SWOT-анализа на базе многомерного сравнительного подхода.

Проведённые в данном параграфе исследования позволили выявить влияние конкурентоспособности автотранспортных услуг на развитие отдельных отраслей народного хозяйства страны.

3. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ В ПЕРИОД ГЛОБАЛЬНОЙ АВТОМОБИЛИЗАЦИИ РОССИИ

3.1. ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОСЕРВИСА

Автосервисные услуги происходят от слов: *авто* – согласно древнегреческого языка это первая часть сложных слов, соответствующая по значению «автомобильный»; *сервис* – в переводе с английского означает обслуживание; *услуги* – эта работа, выполняемая для удовлетворения чьих либо потребностей. Итак, автосервисные услуги – это работы по обслуживанию автомобилей.

В правилах сертификации услуг по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств даётся следующее определение: «Услуги по техническому обслуживанию и ремонту автотранспортных средств – комплекс работ, проводимых исполнителем по удовлетворению потребностей потребителя в техническом обслуживании и ремонте принадлежащих ему автотранспортных средств».

Автотранспортная деятельность в целом определяется как комплекс работ и услуг, связанных с подготовкой, организацией и осуществлением автомобильных перевозок людей и грузов, включая транспортно-экспедиционные работы, техническую эксплуатацию автотранспортных средств.

В течение всего срока эксплуатации автомобильного транспорта система автосервисных услуг обеспечивает его исправность, безотказность и минимальные затраты по поддержанию работоспособности.

Исполнители услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей – это предприятия, организации, учреждения или предприниматели, выполняющие работы по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей.

Заметим, исполнители услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобилей составляют основу транспортной инфраструктуры, назначением которой является создание общих условий для успешного функционирования автомобильного транспорта. Сеть инфраструктурных объектов в России с каждым годом расширяется, что свидетельствует об их возрастающей роли.

Особенно возрастает роль предприятий, выполняющих техническое обслуживание и ремонт автотранспортных средств, принадлежащих юридическим и физическим лицам.

Сохранившиеся автотранспортные предприятия, выполняющие транспортные услуги (перевозки грузов и пассажиров), осуществляют одновременно работы по технической эксплуатации подвижного состава, т.е. его техническое обслуживание и ремонт. Это комплексные автотранспортные предприятия, эффективность которых подтверждается огромным опытом их функционирования в бывшем СССР и высокой конкурентоспособностью в современной России.

Проблема данного исследования заключается в том, что вновь создаваемые предприятия автомобильного транспорта, а также предприниматели чаще всего осуществляют только перевозочный процесс, т.е. перевозки грузов и пассажиров. Для поддержания автомобильного парка в технически исправном состоянии они пользуются услугами предприятий автосервиса.

В этой связи, чтобы обеспечить поддержание подвижного состава в работоспособном состоянии, необходимо соблюдать требования профилактических мероприятий (технических воздействий), которые должны проводиться принудительно в плановом порядке.

Способность подвижного состава выполнять транспортную работу и, в первую очередь, услуги по перевозке грузов для народного хозяйства и населения, а также перевозки пассажиров в заданных объёмах и безопасном уровне, возможно при условии соответствия его технического состояния определённым нормативам и параметрам, которые могут достигаться только при условии выполнения работ при техническом обслуживании и ремонте на высоком конкурентоспособном уровне.

Для этих и других целей, связанных с массовой автомобилизацией России, необходимо развитие малого предпринимательства, придорожных автосервисных предприятий на основе качества и конкурентоспособности услуг по техническому обслуживанию и ремонту автомобильного транспорта.

Динамика роста автомобильного парка в России является одной из самых высоких в мире, примерно 10 % в год. К 2020 г. общая численность автомобильного парка страны возрастёт более чем в 2 раза и превысит 60 млн. автомобилей. В настоящее время в стране насчитывается около 35 млн. автомобилей.

Причинами сложившейся динамики численности автомобилей являются расширение масштабов производства не только отечественных автомобилей, но и совместного производства автомобилей с ведущими мировыми компаниями, а также увеличение ввоза в нашу страну автомобилей иностранного производства.

Объёмы импорта зарубежной автомобильной техники в Россию выше объёмов экспорта. Абсолютная численность иномарок в нашей стране с каждым годом возрастает и к 2010 г. составит 7–8 млн. шт. [9].

По масштабам автомобилизации Россия ещё отстаёт от других высокоразвитых стран. В то же время закономерности развития автопарка страны сегодня уже сравнимы с закономерностями развития в странах с развитой автомобильной промышленностью.

3.1. Наличие транспортных средств в Российской Федерации (на начало 2008 г., тыс. шт.)

Транспортные средства	1995 г.	2000 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Всего:	17 260	24 478	26 774	27 727	28 647	30 104	31 320	34 048
в том числе грузовые автомобили (включая легковые пикапы и фургоны)	2937	4122	4331	4363	4470	4564	4592	4730
из них: общего пользования	361	128	89	71	57	50	44	41
в собственности граждан	798	1548	1888	1966	2118	2265	2375	2521
Автобусы общего пользования	128	109	101	93	86	79	72	76
Легковые автомобили – всего	14 195	20 247	22 342	23 271	24 091	25 461	26 656	29 249
из них в собственности граждан	13 688	19 061	21 088	22 046	22 812	24 088	26 235	27 698

Прирост автомобильного парка на начало 2008 г. по сравнению с 2000 г. составил 148 %.

Из 35 млн. общего количества автотранспортных средств 30 млн. или 85,7 % принадлежат гражданам.

Обеспеченность населения собственными легковыми автомобилями в расчёте на 1000 тыс. человек населения в 2000, 2005 и 2007 г. среди 18 субъектов ЦФО Российской Федерации, отражена на рис. 3.1.

Несмотря на интенсивный рост численности автопарка, средний его возраст в целом по стране значительный и составляет 12 лет [33].

Пользование автотранспортом в силу совокупности причин сопровождается значительными социальными, экономическими и экологическими последствиями. Особенно большой ущерб населению приносят дорожно-транспортные происшествия (ДТП), число которых в нашей стране катастрофически увеличивается. Так, если в 2000 г. в России произошло 114 тыс. ДТП, в которых погибли 20 тыс. человек и ранено свыше 132 тыс. человек, то в 2007 г. зарегистрировано 233,8 тыс. ДТП, в которых погибло 33,3 тыс. человек и 292,2 тыс. человек получили ранения. Потери от ДТП в стране ежегодно составляют 10 – 15 млрд. р.

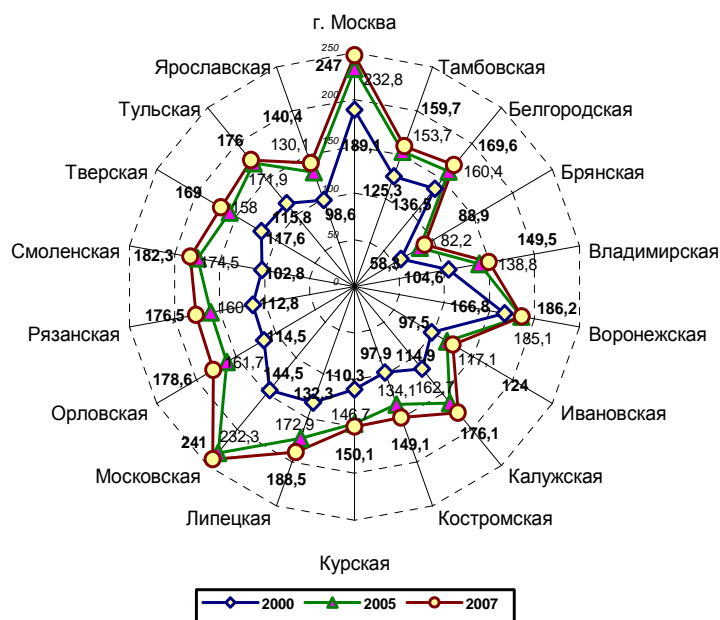


Рис. 3.1. Число собственных легковых автомобилей по областям ЦФО
(в расчёте на 1000 человек населения, на конец года, шт.)

Количество ДТП со смертельным исходом из-за неудовлетворительного состояния автомобилей в нашей стране составляет 8...10 %. Высокий уровень аварийности автотранспорта по причине его неисправности, на наш взгляд, связан с высокой изношенностью автотранспортных средств, которая, в свою очередь, является следствием неудовлетворительного состояния дорог и сверхнормативных сроков эксплуатации автомобилей.

Недостаточное развитие сети и плохое состояние автодорог приводит к тому, что средние скорости движения на дорогах России почти в два раза меньше, чем в развитых промышленных странах, а срок службы автомобилей почти на треть меньше, чем в Европе, что предопределяет высокий уровень эксплуатационных затрат.

Вторая причина высокой изношенности автопарка связана с его «возрастом». Почти половина списочного парка автомобилей имеет запредельный срок эксплуатации, т.е. более 12 лет, в то время как в развитых странах – не превышает 5 лет. В российском автопарке с 5-летним сроком эксплуатации насчитывается не более 20 %, что свидетельствует о значительных сроках службы основной массы подвижного состава и повышенном внимании к его техническому состоянию.

В этих условиях значительно возрастает роль автосервисных предприятий. Однако для удовлетворения потребностей автовладельцев, предприятий, выполняющих автосервисные услуги, явно недостаточно. Наблюдается острый недостаток предприятий, специализирующихся на техническом обслуживании и ремонте автомобилей иностранного производства. Существующие автосервисные предприятия нуждаются в укреплении материально-технической базы, в улучшении снабжения запасными частями и ремонтными материалами, совершенствовании организации и гибкости производства.

Экономическая наука делает вывод о том, что развитие транспорта как одного из важнейших инфраструктурных элементов является необходимым условием поступательного развития экономики любой страны. Экономические интересы требуют опережающего развития транспорта по сравнению с развитием обслуживаемых им отраслей. Это опережение является необходимым условием высокой эффективности всего общественного производства, что доказано исследованиями учёных, занимающихся проблемами производственной и социальной инфраструктуры у нас в стране и за рубежом. Более того, многие авторы считают опережение темпов развития транспорта закономерным [9, 13, 14]. Указанная закономерность имеет место на любом уровне экономики, включая региональный. Нарушение этой закономерности приводит к нарушению ритма работы производственных объектов, диспропорциям, сопровождающимися потерями в экономике.

В свою очередь, инфраструктура самого автомобильного транспорта, включая автосервис, должна развиваться пропорционально численности автопарка и чуть опережая её. Опережение объясняется значительным средним возрастом автопарка, чем старше автомобиль, тем больше он нуждается в поддержании своей работоспособности.

О необходимости превышения предложений над спросом на автосервисные услуги отмечается в работах [9, 14]. В России исторически сложилось так, что сфера автосервисных услуг всегда отставала в своем развитии от темпов развития автомобильного транспорта, точнее, от темпов увеличения численности автопарка.

Уровень автосервисного обслуживания на данном этапе должен отражать объём и структуру автосервисных услуг, ориентированных на удовлетворение потребностей в этих услугах субъектов автомобильного транспорта.

Конкурентоспособность предприятий автосервиса определяется, на наш взгляд, уровнем конкурентоспособности выполняемых автосервисных услуг, т.е. совокупностью её качественных и стоимостных характеристик, которая, в свою очередь, обеспечивается степенью привлекательности услуг для конкретного потребителя.

Чтобы быть конкурентоспособным, предприятие автосервиса должно обладать конкурентными преимуществами перед другими субъектами рынка.

Под конкурентными преимуществами предприятия автосервиса следует понимать реальные или потенциальные возможности, характеристики его производственной, финансовой, маркетинговой и иной деятельности, позволяющей

предприятию в условиях конкурентной борьбы реализовать свои экономические интересы с большей эффективностью, чем его конкуренты.

Конкурентоспособность предприятий автосервиса зависит от изменений во внешней среде, включая конкурентов, а также от изменений в самом предприятии, способствующих росту её эффективности по сравнению с другими предприятиями. Известно, например, что уровень производительности труда, качество услуг в значительной мере зависят от применяемых способов мотивации труда работников предприятия и других внутрифирменных факторов.

Для оценки конкурентоспособности предприятий автосервиса необходимо систематически проводить сравнение показателей её работы с показателями основных конкурентов, осуществляемых свою деятельность по представлению автосервисных услуг. Это даст возможность принимать и реализовывать своевременные решения, направленные на поддержание или повышения уровня конкурентоспособности автосервисных услуг. Разработанную схему оценки конкурентоспособности автосервисных услуг представим в виде рис. 3.2.

Как видно из схемы, заключительным мероприятием по оценке конкурентоспособности автосервисных услуг является формирование стратегий заданного уровня конкурентоспособности автосервисных услуг.

Следует отметить, что среди российских и зарубежных учёных нет единого мнения по теории формирования конкурентных преимуществ. Применительно к рынку автосервисных услуг наиболее приемлемой, на наш взгляд, являются следующие базовые стратегии конкуренции:

- стратегия снижения себестоимости услуг;
- дифференциация услуг;

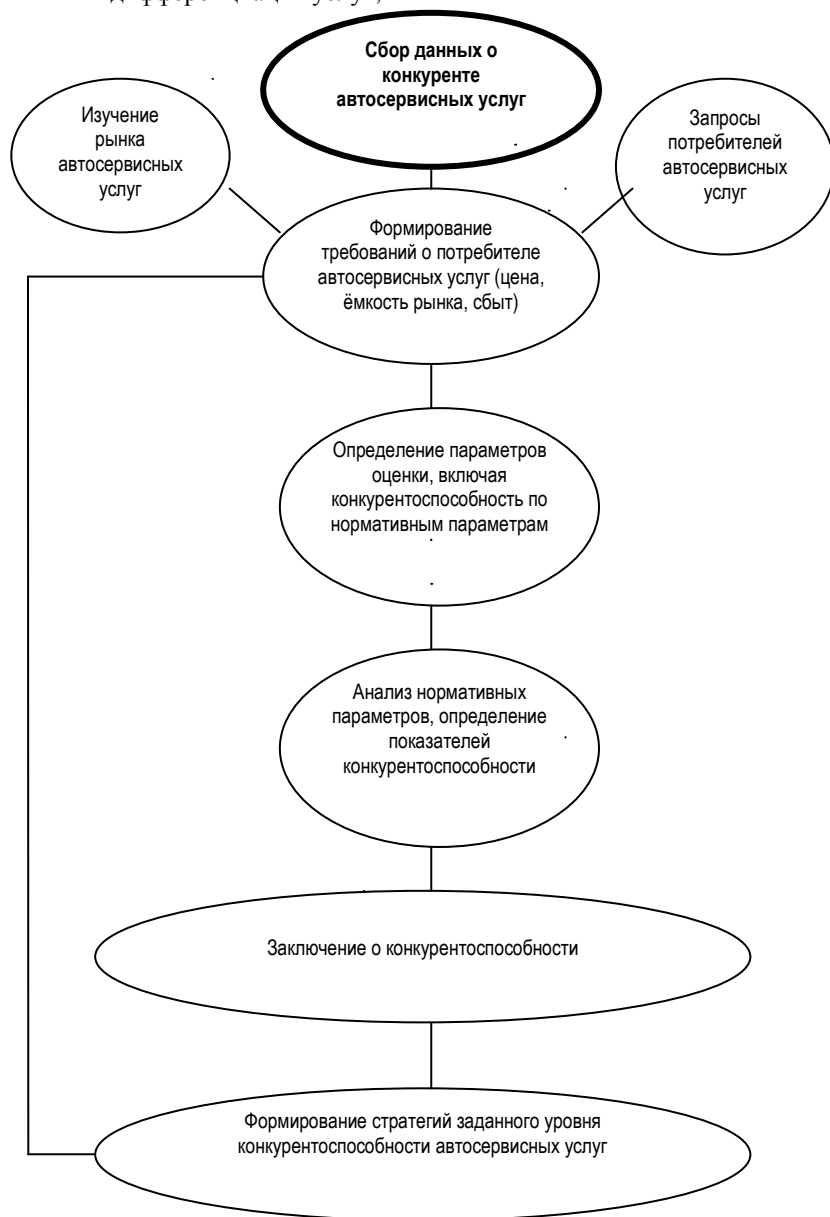


Рис. 3.2. Схема оценки конкурентоспособности автосервисных предприятий

- сегментирование рынка автосервисных услуг;
- стратегия немедленного реагирования на потребности рынка;
- стратегия внедрения новшеств.

Основным преимуществом автосервисных предприятий, придерживающихся стратегии снижения себестоимости, является дополнительный рост объёма автосервисных услуг за счёт уменьшения рыночной доли конкурентов с более

высокой себестоимостью на аналогичные услуги и, как следствие, высокий входной барьер в отрасль. Лидер по себестоимости обладает большими резервами при повышении цен на запасные части, позволяющими ему удерживать цены на привлекательном для потребителя уровне и относительно легко вытеснять запчасти имитацией и подделки.

Однако у данной стратегии есть недостатки, главным образом, связанные с высоким риском масштабного бизнеса, выражающимся в инертности производства и отсутствии необходимой степени гибкости при изменении качественных характеристик спроса.

Технологические нововведения, копирование или имитация конкурентами методов работы, радикальное изменение предпочтений потребителей, уменьшение ценовой эластичности спроса, появление новых, более совершенных автосервисных услуг могут серьезно дестабилизировать, а в отдельных случаях лишить автосервисное предприятие конкурентных преимуществ, связанных с низкой себестоимостью или ценой производимых услуг. Для реализации стратегии снижения себестоимости необходим контроль значительной части рынка автосервисных услуг при широком доступе к дешёвым источникам ресурсов, при этом спрос на автосервисные услуги должен быть эластичным и достаточно однородным по структуре.

Одним из основных направлений предприятий автосервиса, использующих стратегию дифференциации автосервисных услуг, является сосредоточение усилий на выявлении мотивов приобретения услуг потребителями и развитии своих возможностей с целью более полного и качественного удовлетворения специфических потребностей. Главные конкурентные преимущества предприятий автосервиса, идущих по пути данной стратегии, это рост объёма продаж и получение прибыли за счёт завоевания предпочтений различных групп потребителей на базе превосходства в технологии, качестве услуг на основе широкого выбора. Лояльность специфических групп потребителей создаёт гарантии получения прибыли и формирует входной барьер в отрасль за счёт наличия сформировавшихся предпочтений. Однако при всех преимуществах стратегии дифференциации у неё есть и существенный недостаток – это высокие издержки на создание имиджа предприятий автосервиса, предлагающей оригинальные услуги. Кроме того, чрезмерная дифференциация услуг часто приводит потребителей в заблуждение, они перестают воспринимать разницу между характеристиками предлагаемых услуг или товарами и их ценами. Для реализации данной стратегии необходимы определённые рыночные условия: разнообразие спроса по структуре; наличие реальных способов выделения автосервисных услуг, которые воспринимаются и ценятся потребителями; преимущественно неценовая конкуренция; относительно небольшое количество предприятий конкурентов. Вместе с тем, реализация стратегии дифференциации предполагает, что предприятие автосервиса имеет легко переналаживаемое производство, мощную маркетинговую службу, ориентированную на весь рынок, разветвленную дилерскую сеть.

Предприятия автосервисных услуг, придерживающиеся стратегии сегментирования рынка, не преследуют цели обеспечения лидерства в снижении себестоимости и дифференциации услуг на всём рынке. Их конкурентное преимущество выражается в уклонении от конкуренции с мощными лидерами по себестоимости и дифференциаторами, за счёт ведения бизнеса в рыночном целевом сегменте, где конкуренция отсутствует или её интенсивность незначительна. Как правило, данной стратегии придерживаются сравнительно небольшие и экономически неустойчивые предприятия, у которых нет возможности обслуживать рынок в целом, но существуют определённые ресурсы и навыки для удовлетворения специфических требований потребителей.

Значительным преимуществом предприятий автосервисных услуг, выбравших стратегию немедленного реагирования на потребности своего рынка, является возможность получения максимальной прибыли в короткий промежуток времени, несмотря на высокие удельные издержки, определяемые отсутствием какой-либо специализации. При надобности быстрого удовлетворения спроса эта задача особенно актуальна. От её правильного решения зависит мобильность используемых ресурсов.

Основным преимуществом предприятий автосервисных услуг, реализующих стратегии внедрения новшеств, является гарантированное получение прибыли и возможность блокирования входа в отрасль в течение действия исключительных прав на автосервисные услуги и технологию.

Отсутствие аналогичных услуг и постоянный поиск новых коммерческих решений создают имидж предприятия, использующего собственные достижения в области науки и техники для полной реализации потенциальных возможностей потребителей. Современный мировой опыт неопровержимо доказывает, что конкурентное преимущество, основанное на новшествах, способствует монополизации бизнеса.

В большинстве случаев эффект новшества приводит предприятия автосервисных услуг к банкротству из-за неготовности потребителей воспринимать новшества, технической и технологической недоработки новой автосервисной услуги, отсутствия опыта тиражирования нововведения и т.п. Высокий риск неопределённости результатов внедрения новшеств, сопоставимый с венчурным риском, удерживает многие фирмы от реализации данной стратегии.

Рассмотрев базовые стратегии конкуренции на рынке автосервисных услуг, изложенные на основе авторских исследований [9], считаем необходимым коснуться основных направлений повышения уровня конкурентоспособности предприятий автосервисных услуг, в основе которых доминирующее положение занимают: повышение качественных характеристик автосервисных услуг; сокращение времени выполнения заказов; диверсификация автосервисных услуг или гибкость производственных процессов; применение ценовой политики со скидками и льготами; вежливое и уважительное отношение к потребителям автосервисных услуг.

Учитывая, что диверсификации автосервисных услуг нами уделено внимание и при рассмотрении стратегических направлений конкуренции, сделаем заключение, что потребность в диверсификации автосервисных услуг или гибкости производственных процессов вызвана хозяйственной практикой и обусловлена необходимостью адаптации автосервисных предприятий к условиям глобальной автомобилизации страны.

Рыночные преобразования ориентируют предприятия автосервисных услуг на требования потребителя. Развитие автосервисных услуг и повышение их конкурентоспособности может быть достигнуто благодаря представлению широкого набора услуг.

Для этого необходимо решить задачу управления гибкостью производства, которая позволила бы, наряду с достижением главной цели автосервисных услуг – повышение экономической и социальной эффективности производства,

реализовать и цели минимизации издержек производства и ускорить обновление ассортимента представляемых автосервисных услуг в соответствии с желанием потребителей.

Методы реализации поставленной задачи в полной мере ещё не разработаны, отсутствуют комплексные исследования, охватывающие теоретические и методологические вопросы формирования гибкого потенциала автосервисных систем.

Как показал анализ, большинство авторов связывают сущность гибкости с приспособляемостью производственной системы к изменениям в объёме и номенклатуре выпускаемых изделий [60]. Так, «производственная система считается гибкой, если она обеспечивает переход на выпуск изделий произвольной номенклатуры в установленных пределах» значений их характеристик без значительных затрат времени, труда и материальных ресурсов [54]. В таком понимании гибкость выступает как способность системы к расширению номенклатуры проводимых услуг и потому определяется возможностью быстрой переналадки оборудования и изменения технологического оснащения производства. Выделяются аспекты гибкости, как производственная, технологическая, по номенклатуре, расширения системы и др. [3].

Между тем реальные условия функционирования и повышения гибкости производственных систем значительно шире. Поэтому, на наш взгляд, более правомерным является толкование гибкости, исходя из особенностей и свойств её основных элементов, а также связей между ними и с внешней средой.

Чем более существенные изменения среды, тем более глубокие преобразования происходят в организационной структуре, методах и формах организации производства. Процесс таких преобразований носит особый характер: изменяя отдельные связи и состав элементов, производственная система вопреки воздействию окружающей среды сохраняет свою целостность и обеспечивает эффективное функционирование. Данное явление можно объяснить «умением» системы приспособляться к требованиям среды, чтобы «выжить и сохранить эффективность».

Способность предприятия автосервисных услуг «распознавать» во внешнем окружении изменения, существенные для реализации выбранной стратегии, и приспособляться к этим изменениям трактуется в работе [49] как адаптация производственной системы. Гибкость организации производства понимается как возможность использовать различные варианты организационных решений по построению и обеспечению функционирования производственных систем с целью «безболезненного» перехода на освоение новой номенклатуры автосервисных услуг.

Отметим, что наиболее полный всесторонний анализ методических подходов к оценке гибкости производственных систем выполнил О.Г. Туровец [54].

Считаем необходимым остановиться на наиболее характерных из них.

Так, Р. Shaft предлагает оценивать гибкость с точки зрения универсальности и приспособляемости производственной системы F_{AK} , который определяется как отношение денежных расходов, связанных с переналадкой системы K_R , к денежным расходам некоторой базовой системы K_{R0} :

$$F_{AK} = e^{-K_R/K_{R0}}. \quad (3.1)$$

Рекомендованные показатели отражают содержание показателей гибкости производственной системы и могут быть использованы для сравнительной оценки.

Авторы [54, 56] предлагают интегральный показатель $G(t_n, t_k)$ гибкости предприятия, определяемый ими как

$$G(t_n, t_k) = I_{пр}(t_n, t_k) - I_n(t_n, t_k), \quad (3.2)$$

где $I_{пр}(t_n, t_k)$ – индекс изменения производственного разнообразия продукции предприятия; t_n, t_k – соответственно начало и конец рассматриваемого периода; $I_n(t_n, t_k)$ – индекс изменения затрат, связанных с функционированием производственной системы за тот же период времени.

По мере увеличения степени гибкости системы показатель $G(t_n, t_k)$ будет все больше отличаться от единицы (в большую сторону). Это означает, что чем выше темпы применения степени производственного разнообразия автосервисных услуг по сравнению с темпами изменения затрат, связанных с созданием и функционированием системы, тем профиль производственной системы обладает большей степенью гибкости. Если $G(t_n, t_k) < 1$, то производственная система должна быть отнесена к категории жестких систем, при $G(t_n, t_k) = 1$ – система является адаптированной. Если $G(t_n, t_k) > 1$, то система гибкая.

На основе этой концепции А.В. Проскураковым [48] предлагается определять интегральный показатель гибкости производства

$$K_r = \left(1 - \frac{\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^n t_{ij}}{F_3} \right) \left(1 - \frac{1}{n} \right), \quad (3.3)$$

где n – число функциональных состояний производственной системы; t – время переналадки системы при переходе из одного состояния в другое; F_3 – эффективный фонд времени.

Рассмотренные показатели дают оценку гибкости производственной системы безотносительно к формам её проявления и касаются главным образом технологических производственных систем. Основным недостатком рекомендуемых показателей является то, что не отражается содержание производственной системы и отсутствует связь с экономическими результатами. Автор [48] предлагает формирование системы обобщающих и частных показателей гибкости с использованием экономического критерия для её оценки.

Немаловажную роль в повышении конкурентоспособности предоставляемых услуг на автомобильном транспорте, как уже отмечалось, играют внутрипроизводственные системы, обеспечивающие работоспособное состояние подвижного состава. Учитывая, что основная масса частного автотранспорта, занятая в сфере грузовых и пассажирских перевозок, в большинстве случаев не обеспечена соответствующей производственной базой, выполнение работ по техническому

обслуживанию и ремонту транспортных средств зачастую производится на низком техническом уровне и сводится к выполнению ремонта лишь вышедших из строя узлов и агрегатов.

Надо признать, что наука слабо реагирует на эти проблемы и не в полной мере использует свои возможности для изучения факторов, влияющих на процессы функционирования внутрипроизводственных систем данной и других категорий перевозчиков, направленных на повышение конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте. В целом, на наш взгляд, наблюдается стихийность в развитии автосервисных услуг, при которой не учитывается оснащённость, потребность, контроль качества и т.д.

Заметим, повышение конкурентоспособности автосервисных услуг, связанных с производством технического обслуживания и ремонта, внедрением новейших технологических процессов, диагностированием технического состояния подвижного состава и направленных на повышение надёжности и эффективности работы автомобильного транспорта, имеет первостепенное государственное значение.

Конкурентоспособность услуг на автомобильном транспорте базируется на надёжности подвижного состава, которая обеспечивается в процессе его производства, эксплуатации и ремонта:

- совершенством конструкции и качеством изготовления;
- своевременным и качественным выполнением технического обслуживания и ремонта;
- своевременным обеспечением и использованием нормативных запасов материалов и запасных частей высокого качества и необходимой номенклатуры;
- соблюдением государственных стандартов и правил технической эксплуатации.

В настоящее время в Российской Федерации наблюдается расширение сети автосервисных предприятий заводов изготовителей, как отечественного производства, так и иностранного.

Расположение автосервисных предприятий без прогнозирования спроса на автосервисные услуги, без расчёта максимально возможных мощностей в каждом предполагаемом месте дислокации, без расчёта экологических и санитарно-эпидемиологических параметров этих мест приведёт, считает автор [26], к неравномерности распределения нагрузки как на сами предприятия, так и на их оборудование, либо к ускоренному их износу вследствие повышенной интенсивности. Кроме того, будет снижаться конкурентоспособность автосервисного обслуживания, сопровождающаяся потерями клиентов.

Вызывает беспокойство функционирование множества мелких автосервисных предприятий в сфере малого бизнеса, которые не обеспечивают требуемого качества работ из-за низкой технической оснащённости и квалификации персонала.

Одной из самых острых проблем является организации технического обслуживания и ремонта автомобилей в придорожных предприятиях автосервиса. Ввиду актуальности этой проблемы, материалы по дорожным предприятиям автосервиса будут изложены отдельным параграфом в этой главе.

Проведённые аналитические исследования позволили выявить проблемы и наметить пути повышения конкурентоспособности автосервисных предприятий в условиях интенсивной автомобилизации российского общества, а также отнести автосервис к наиболее динамичной сфере оказания услуг юридическим лицам, предпринимателям, физическим лицам в обеспечении поддержания подвижного состава в работоспособном состоянии при перевозке грузов и пассажиров.

Разработана схема оценки конкурентоспособности автосервисных услуг и стратегические направления конкуренции.

Дано толкование показателей и методики расчёта гибкости производственных процессов как основного направления повышения конкурентоспособности предприятий автосервиса.

3.2. РАЗВИТИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО И ЗАРУБЕЖНОГО МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА КАК ФАКТОР СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ АВТОСЕРВИСНЫХ УСЛУГ

Классификация автосервисных предприятий в зависимости от организационно-правовой формы хозяйствования тесно связана с понятиями «предпринимательство, предпринимательская деятельность».

Предпринимательство в нашей стране как вид человеческой деятельности является одним из важнейших признаков рыночной экономики и факторов её развития. Основываясь, главным образом, на частной собственности на средства производства и результаты труда, оно позволяет мобилизовать значительные трудовые, финансовые и другие ресурсы и направить их на использование и развитие производительных сил общества.

В настоящее время в экономической литературе существует несколько определений предпринимательства. Их объединяет одно общее положение о том, что предпринимательство – это деятельность, направленная на получение прибыли или личного дохода. В Гражданском кодексе РФ [57], например, записано: «Предпринимательской является деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке».

Подобный подход к определению предпринимательства и предпринимательской деятельности, на наш взгляд, не раскрывает в полной мере её сущность. Предпринимательство всегда было направлено на развитие производительных сил общества с целью насыщения рынка товаров и услуг, а прибыль выступает как мотивационный фактор этого развития, как экономический стимул. Через предпринимательство в определённой мере решается проблема удовлетворения потребностей общества в необходимых товарах и услугах. Исторический опыт свидетельствует, чем выше уровень развития предпринимательства, тем выше степень удовлетворения потребностей людей.

Следует также отметить, что в предпринимательстве мы видим пример сочетания личной выгоды с общественной пользой. Поэтому более правильным, на наш взгляд, будет определение, изложенное в нашей работе [9]: «Предпринимательство, это инициативная и самостоятельная деятельность по производству товаров и выполнению услуг, осуществляемая под имущественную ответственность предпринимателя и основанная на сочетании личной экономической выгоды с общественной пользой».

Основными признаками предпринимательства являются самостоятельность и независимость предпринимателя, личная экономическая заинтересованность в результатах труда, личная материальная ответственность перед другими субъектами рыночных отношений, новаторство и творческий поиск, хозяйственный риск.

Предпринимательская деятельность на рынке автосервисных услуг может выполняться предприятиями, организациями, фирмами, имеющими статус как юридического лица, так и физическими лицами без образования юридического лица – индивидуальными предпринимателями. Предприятия могут иметь различную организационно-правовую форму.

В зависимости от размера предприятий автосервиса их подразделяют на малые, средние и крупные. Согласно Закону РФ «О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации» 1995 г. к категории малых относятся отраслевые предприятия с численностью до 100 человек. Средняя численность работников малого предприятия автосервиса определяется с учётом всех его работников, в том числе работающих по договорам гражданско-правового характера и по совместительству, с учётом реально отработанного времени, а также работников представительств, филиалов и других обособленных подразделений указанного юридического лица.

Предприятие автосервисных услуг может осуществлять деятельность не связанную с основной и быть многопрофильным. К категории малых оно относится по тому виду деятельности, который занимает наибольшую долю в объёме реализации работ и услуг.

Подобная диверсификация производственной деятельности в условиях изменяющейся рыночной конъюнктуры помогает предприятию выжить. Однако мировой опыт показывает, что чрезмерная многопрофильность часто бывает причиной низкого уровня эффективности функционирования малого предприятия и соответственно конкурентоспособности. Из этого следует, что диверсификацию производства следует осуществлять в направлении развития технологии и организационно связанных между собой видов деятельности. К примеру, станция технического обслуживания может выполнять не только обслуживание и ремонт подвижного состава, но и продажу автомобилей, запасных частей и ремонтных материалов [9, 14, 43].

Под субъектами малого предпринимательства в России понимаются коммерческие организации, в уставном капитале которых доля, принадлежащая одному или нескольким юридическим лицам, не являющимся субъектами малого предпринимательства, не превышает 25 %.

Отличительные особенности субъектов малого предпринимательства в сфере автосервисных услуг, сформулируем по значимости и организационной специфике.

1. Востребованность в виду интенсивной автомобилизации общества при минимальных ресурсах, необходимых для функционирования предприятия автосервиса.

2. Короткие сроки создания и освоения проектных мощностей и быстрая окупаемость капиталовложений.

3. Прямой контакт с потребителем и способность быстрого реагирования на спрос.

4. Мощная мотивация к труду, возникающая на основе сознания у работников непосредственной зависимости между качеством труда, результатами хозяйственной деятельности и их материальным благополучием.

5. Простота управления.

Следует подчеркнуть, что малые предприятия в сфере автосервисных услуг получили свое развитие с начала рыночных реформ. Большая их часть была образована в начале 1990-х гг., когда в России началась широкомасштабная приватизация государственной собственности.

В системе автосервисных услуг существует и другой признак классификации предприятий автосервиса на малые, средние и крупные. Это количество рабочих постов и виды выполняемых работ [23].

К категории малых относятся предприятия с числом рабочих постов до 10, выполняющие в основном следующие виды работ: моечно-уборочные, экспресс-диагностику, техническое обслуживание, смазку, шиномонтажные, электротехнические, топливные, кузовные, медницкие, сварочные, ремонт агрегатов, а также продажу запасных частей и эксплуатационных материалов.

Средние автосервисные предприятия с числом рабочих постов от 11 до 35 выполняют те же работы, что и малые. Кроме того, на средних предприятиях проводится полная диагностика технического состояния автомобилей, обойные работы, замена агрегатов, ремонт аккумуляторных батарей, а также продажа автомобилей.

Большие предприятия с числом постов более 35 выполняют все виды обслуживания и ремонта, аналогичные средним, в полном объёме. Кроме того, на больших предприятиях имеются специализированные участки для проведения капитального ремонта агрегатов и узлов. На этих предприятиях, как правило, осуществляется продажа автомобилей.

Вышеприведённая классификация автосервисных предприятий в зависимости от числа рабочих постов и соответственно выполняемых работ учитывается, главным образом, при проектировании предприятий.

Отличительной чертой развития рынка автосервисных услуг является резкое увеличение за последние годы числа малых автосервисных предприятий и индивидуальных предпринимателей, выполняющих отдельные виды работ.

Спрос на услуги субъектов малого бизнеса растёт, так как в мелких предприятиях клиентам уделяется больше внимания, они могут присутствовать при ремонте, интересоваться поломками, беседовать с мастерами и т.д.

Большинство малых предприятий автосервиса и индивидуальных предпринимателей работают по гибкому графику, в выходные дни и ночное время. Многих клиентов привлекают более низкие цены, ввиду узкой специализации на отдельных видах работ.

Особого внимания заслуживает зарубежный опыт малого предпринимательства в автосервисе. Расширение масштабов малого бизнеса в сфере автосервисных услуг в России соответствует тенденциям, имеющимся в целом ряде других стран с высоким уровнем автомобилизации. Так, если в 70-х гг. XX в. мелкие независимые предприятия использовали до 40 % ёмкости рынка автосервиса, то сейчас в Европе их доля выросла до 50...60 %, и они составляют серьёзную конкуренцию крупным и средним автосервисным предприятиям.

Несмотря на многообразие автосервисных предприятий за рубежом, большинство из них имеют небольшие размеры. Обобщение данных показывает, что 45...50 % станций имеет 3 – 9 автомобилемест, 20...25 % – от 10 до 19, 15...20 % – от 20 до 35 и 10...15 % – свыше 35 автомобилемест. Средняя численность работающих на предприятиях автосервиса: в США – 4,2 человек, Франции – 4,5 человек, Италии – 5,2 человека.

За рубежом крупные автосервисные предприятия часто выступают представителями (дилерами) заводов, производящих автомобили. Они осуществляют их реализацию и гарантийное обслуживание.

Однако после гарантийного срока владельцы автомобилей производят техническое обслуживание и ремонт не только у дилеров, но и в небольших, независимых от изготовителя, ремонтных предприятиях.

Заводы-изготовители на договорной основе привлекают эти предприятия для ремонта автомобилей, ведут подготовку специалистов и зачисляют их в «сервисные агенты», т.е. дают статус соответствия стандарта производителя.

К примеру, автомобили «Opel» в ФРГ обслуживают и ремонтируют более 2000 ремонтных предприятий, хотя количество уполномоченных дилеров значительно меньше [13, 14].

Спрос на автосервисные услуги индивидуальных предпринимателей растёт, так как они могут выполнять работы по ценам ниже тех, которые устанавливают предприятия. Необходимая прибыль при этом достигается за счёт пониженного размера себестоимости услуг по сравнению с предприятиями. Экономия текущих затрат обеспечивается тем, что в себестоимости услуг выполняемых индивидуальным предпринимателем, практически отсутствуют накладные расходы. Указанные расходы связаны с оплатой труда административно-управленческого аппарата, ремонтом и содержанием производственных цехов, оборудования и т.д. Их размер на предприятиях нередко достигает 25...30 % от общей суммы затрат, поэтому индивидуальные предприниматели в пределах тех же 25...30 % могут снижать размер цен, оставляя норму прибыли на уровне автосервисных предприятий.

Конкурентная среда, в которой работают индивидуальные предприниматели, заставляет их чутко реагировать на спрос со стороны заказчиков, постоянно повышать качество услуг, строго выполнять установленные сроки работ. Поэтому предприятиям, владельцам автомобильного транспорта различных форм собственности зачастую экономически более выгодно обращаться к индивидуальным предпринимателям, чем к специализированным автосервисным предприятиям.

Малые предприятия и индивидуальные предприниматели в настоящее время выполняют значительный объём услуг и составляют тем самым серьёзную конкуренцию средним и крупным специализированным предприятиям.

В то же время для успешного выполнения задач, стоящих в целом перед автомобильным транспортом, нужны крупные и средние автотранспортные и автосервисные предприятия. У каждого из них, в зависимости от специализации и назначения, формируется своя рыночная ниша услуг, в границах которой обеспечивается более высокая эффективность производства и конкурентоспособность.

Значительная часть городского пассажирского автотранспорта городов Российской Федерации принадлежит малым частным компаниям и индивидуальным предпринимателям.

Это подчеркивает актуальность и указывает на необходимость развития автосервиса путём создания сети малых автосервисных предприятий, каждое из которых заняло бы свое место в обеспечении работоспособности и эксплуатационной надёжности городского пассажирского автотранспорта, главным образом микроавтобусов и легковых автомобилей, количество и разнообразие которых с каждым годом существенно возрастает.

Необходимость в этом испытывают и владельцы грузового автомобильного транспорта, занятые в сфере перевозок грузов для народного хозяйства и населения.

Важность данного вопроса заключается в том, что основой технической политики являются плано-предупредительные работы технического обслуживания и ремонта в установленных объёмах.

Техническое обслуживание подвижного состава по периодичности, перечню и трудоёмкости выполняемых работ подразделяются на следующие виды: ежедневное техническое обслуживание (ЕО); первое техническое обслуживание (ТО-1); второе техническое (ТО-2); сезонное техническое обслуживание (СО).

Юридическим лицам, индивидуальным предприятиям, занятым в сфере перевозок грузов для народного хозяйства и населения, а также перевозок пассажиров, не имеющим в большинстве своём производственно-технической базы, проблематично будет производить контроль технического состояния перед выездом на линию и при возвращении с линии, не говоря о других работах, связанных с текущей проверкой работоспособности отдельных узлов и агрегатов.

В этой связи проблема развития предпринимательской деятельности автосервисных услуг для данных субъектов автомобильного транспорта особо актуальна. Для указанных субъектов автомобильного транспорта и предприятий автосервисных услуг, на наш взгляд, на научной основе должен быть разработан специальный регламент и положение, утверждаемое на уровне правительства страны.

Положение позволяло бы на договорной основе проводить не только регламентные работы по техническому обслуживанию подвижного состава в принудительном порядке, но и другие особо важные работы ежедневного характера, поддерживающие подвижной состав автомобильного транспорта в работоспособном состоянии.

Назрела необходимость создания широкой сети «малых» предприятий на основе оснащения современным диагностическим и технологическим оборудованием для определения технического состояния автомобилей, восстановления параметров и своевременной замены изношенных деталей и узлов, выполнения различных видов услуг, направленных на повышение качества и надёжности отдельных узлов и агрегатов автомобилей.

Сегодня в стране функционируют тысячи «малых» предприятий, занимающихся вопросами технического обслуживания и ремонта микроавтобусов и легковых автомобилей: диагностика и ремонт ходовой части, ремонт коробок передач, шиномонтаж, вулканизация, ремонт и прокатка дисков, ремонт и замена стекол и т.д.

Анализ и обобщение опыта работы подобных автосервисных предприятий позволяет классифицировать их следующим образом:

- по сфере услуг: однофункциональные, многофункциональные;
- по видам услуг: интеллектуальные, бытовые, ремонтные;
- по видам ремонта: простой, сложный, средний, повышенной сложности;
- по компоновке производственной площади: кустарные на базе гаража, фундаментальные специальные производственные площади;
- по количеству групп мастеров: одна, две, более трех;
- по использованию современных ЭВМ: без ЭВМ, с использованием одной ЭВМ, с применением ряда ЭВМ;

– по степени комфортабельности обслуживания клиентов: без степени комфортабельности, с использованием магазина запасных частей, с использованием магазина запасных частей и сервисного обслуживания клиентов (прохладительные напитки, холодные закуски и т.д.).

Приведённый анализ опыта организации автосервисных предприятий позволяет отметить, что до настоящего времени нет единого подхода к организации автосервиса на малых предприятиях.

Наука мало занимается разработкой рекомендаций по выбору оптимального количества выполняемых видов услуг на этих предприятиях, оснащению их современными средствами диагностирования и компьютерными технологиями.

Не практикуется разработка и внедрение методов сервисного обслуживания многофункциональных малых предприятий автосервиса, не изучаются закономерности наиболее часто выходящих из строя узлов и агрегатов.

Недостаточно проводятся исследования по оценке методов определения надёжности запасных частей, связанных с восстановлением работоспособности автомобиля в процессе его эксплуатации, по выбору методов оптимизации производства и созданию комфортных условий труда ремонтникам в производственных помещениях.

Исследование вопросов организации технического обслуживания и ремонта автомобильного транспорта, а также опыта работы малых предприятий, занимающихся узконаправленной деятельностью по восстановлению работоспособности автомобилей, позволяют сформулировать следующие основные требования к новому, многофункциональному предприятию автосервиса:

- многофункциональное предприятие наряду с функцией обслуживания и восстановления технического состояния автомобиля должна обеспечивать возможность оказания различных видов услуг как автомобилю, так и его владельцу;
- малое предприятие должно иметь соответствующую производственную площадь для размещения функциональных блоков по реализации ряда необходимых видов услуг, технического обслуживания и ремонта, полностью соответствовать требованиям нормативно-законодательных документов, касающихся охраны труда и техники безопасности;
- для качественного и быстрого выполнения ремонтных работ производственные блоки должны быть оснащены современным технологическим оборудованием и компьютерными стендами для диагностики;
- оптимальный набор запасных частей рассчитывается на основе анализа статистических данных по отказам;
- предприятие не должно иметь ограничений по маркам ремонтируемых автомобилей как отечественного, так и импортного производства;
- для качественного выполнения видов работ требуемой надёжности предприятие комплектуется специалистами с высокими профессиональными знаниями;
- для организации досуга владельцев ремонтируемых автомобилей должны быть предусмотрены различные интеллектуальные и бытовые услуги.

Изложенные требования обуславливают ряд специфических особенностей, а изучение и раскрытие закономерностей технического изменения состояния автомобилей, выяснение основных видов отказов и разработка метода сервисного обслуживания автомобилей с оценкой эксплуатационной надёжности и экологической безопасности различных отечественных и иностранных марок автомобилей в настоящее время представляют значительный научный и практический интерес.

В основу организации работ по оказанию услуг и ремонту легкового автотранспорта положен сервисный метод обслуживания, который делится на несколько взаимосвязанных этапов [62].

После заезда на предприятие выясняется необходимость выполнения ремонтных работ. Если владелец автомобиля прибыл для выполнения отдельных видов услуг, то автомобиль загоняется в соответствующий ремонтный бокс, где и выполняется необходимая услуга согласно перечню.

Для выявления степени износа и установления отклонений от нормативных параметров, а также выявления деталей и узлов, требующих восстановления, автомобиль загоняется в соответствующий ремонтный бокс, и с ним выполняются все предусмотренные работы.

При техническом диагностировании выявляется причина нарушения технического состояния автомобиля и выполняются соответствующие виды ремонтных работ. При проведении этих работ используется современное технологическое оборудование импортного производства и компьютерная техника.

После выявления неисправной детали или узла владельцы ставят об этом в известность. При этом, если владелец приехал с новой деталью или узлом, эта деталь проходит диагностирование с использованием одного из методов неразрушающего контроля, после чего деталь устанавливается на автомобиль. При отсутствии нужной детали или материала у владельца ему предлагают приобрести их в магазине предприятия.

Отмечая в целом положительные тенденции создания узконаправленных и разнотипных малых предприятий, необходимо разрабатывать и создавать, на наш взгляд, «малые» предприятия многофункционального направления.

Для этих целей необходимо проводить маркетинговые исследования, позволяющие решать задачи спроса и прогнозирования, выявлять необходимость проведения указанных мероприятий и давать наиболее вероятную картину на перспективу.

Выполнение наиболее востребованных видов услуг, диагностирование параметров автомобиля, а также выявление деталей и узлов, требующих их восстановления или замены, должно не только быть направлено на повышение качества и конкурентоспособности, но и увязано с требованиями международных стандартов, к примеру, серии ISO 14000, касающихся вопросов оценки экологической безопасности ремонтируемых автомобилей.

Эффективность создания многопрофильных предприятий во многом будет зависеть, как уже отмечалось, от маркетинговых исследований внедрения в производство современного технологического оборудования, средств диагностики, новых компьютерных технологий, расширения числа ремонтных постов и совершенствования организации представления интеллектуальных и бытовых услуг владельцам автотранспорта.

Анализ отечественного и зарубежного опыта малого предпринимательства в сфере автосервисных услуг позволил выявить недостатки, преимущества и сформулировать основные требования к малым, средним и крупным предприятиям автосервиса, а также отметить:

- особую роль дилерских компаний иностранных автомобильных заводов по развитию автосервисных услуг после гарантийного срока технического обслуживания и ремонта автомобилей;
- определённую закономерность развития автосервисных услуг путём создания сети малых автосервисных предприятий в обеспечении работоспособности и эксплуатационной надёжности пассажирского и грузового автотранспорта, вплоть до утверждения определённых регламентов на уровне правительства, а также развития придорожного автосервиса.

3.3. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ АВТОСЕРВИСНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ВЕРОЯТНОСТИ СХОДОВ АВТОМОБИЛЕЙ НА АВТОДОРОГАХ

Бизнес-планирование имеет большое значение в функционировании и развитии предприятий автосервиса, осуществляющих свою деятельность на коммерческой основе. Оно носит внутрифирменный характер и служит способом обоснования принятия решений как на стадии создания предприятия, так и на стадии его функционирования и дальнейшего развития.

В настоящее время в России нет единых нормативных требований к обоснованию проекта предприятия автосервиса и его функционирования. На практике данный факт сдерживает развитие предпринимательства в сфере автосервисных услуг, вынуждает предпринимателей выбирать и использовать свой вариант построения бизнес-плана.

Экономическое обоснование проекта предприятия автосервиса предусматривает [13]:

- определение размера инвестиций на проектирование и строительство здания;
- определение затрат на приобретение (закупку) и монтаж сервисного оборудования;
- определение затрат на закупку и монтаж складского и торгового оборудования;
- расчёт объёма продаж от реализации услуг по ремонту и обслуживанию автомобилей клиентов, а также от продажи запасных частей и сопутствующих материалов;
- расчёт текущих затрат (себестоимости производственных и торговых услуг);
- определение прибыли предприятия автосервиса, рентабельности и срока окупаемости инвестиций.

Проведение комплекса работ по строительству, целесообразно осуществить с использованием специализированных организаций и отобранных на условиях конкурса (тендера).

Расчёт объёма реализации услуг, шин, запасных частей, сопутствующих товаров необходимо проводить на более длительный период, что позволяет наметить перспективы в развитии предприятия.

Учитывая, что качество и полнота предоставляемых на автодорогах России автосервисных услуг способствует повышению конкурентоспособности и эффективности использования автомобильного транспорта, комфорта и безопасности, то развитие сети этих услуг является реальной необходимостью.

Мощность придорожных предприятий автосервиса зависит от частоты схода автомобилей с дороги, интенсивности движения по автомобильной дороге и расстояния между станциями обслуживания.

Частота сходов автомобилей на автодорогах зависит от многих причин, в том числе для проведения технического обслуживания и ремонта, заправки топливом, отдыха, питания и носит вероятностный характер. В результате анализа материалов наблюдений и отчётных данных, действующих придорожных предприятий автосервиса, а также изучения зарубежных материалов, выявлены средние показатели, характеризующие сход автомобилей с дороги (табл. 3.1). При этом число обслуживаемых автомобилей от суммарного схода их с дороги составляет 35...45 %.

3.1. Показатели, характеризующие сход автомобилей с дороги

Пробег автомобилей при интервалах расположения станций, км.	Величина схода с дороги автомобилей на 1000 ед. интенсивности движения автомобилей, %	Процент обслуживаемых автомобилей от схода с дороги
50	1,0	35...45
100	1,5	
150	2,0	
200	2,5	
250	3,0	
300	3,5	

При расчёте принимают следующие соотношения автомобилей по типам: грузовых – 25 %; легковых – 70 %; автобусов – 5 %.

Потребное количество постов при средней трудоёмкости постовых работ 2,95 чел-ч принимается равным 0,134 поста на один автомобилезезд, или 7,46 автомобилей, приходящихся в день на один пост [9].

При наличии необходимых материалов для технического обслуживания, количества сходов и обращений на предприятия автосервиса возможно уточнение приведённых нормативов, для конкретных условий, математическими методами.

Распределение вероятностей схода автомобилей с дороги подчиняется закону Пуассона:

Диагностические	6	5	4	4	3	100	–
ТО в полном объёме	35	25	15	10	6	100	–
Смазочные	5	4	3	2	2	100	–
Регулировочные по установке углов передних колес	10	5	4	4	3	100	–
Ремонт и регулировка тормозов	10	5	3	3	2	100	–
Электротехнические	5	5	4	4	3	80	20
По приборам системы питания	5	5	4	4	3	70	30
Аккумуляторные	1	2	2	2	2	10	90
Шиномонтажные	7	5	2	1	1	30	70
Ремонт узлов, систем и агрегатов	6	10	8	8	8	50	50
Кузовные и арматурные (жестяницкие, медницкие, сварочные)	–	10	25	28	35	75	25
Обойные	–	1	3	3	2	50	50
Слесарно-механические	–	8	7	7	5	–	100
Уборочно-моечные	–	–	–	–	–	100	–

Расчёт потребности в производственных рабочих, выполняющих работы по техническому обслуживанию и ремонту подвижного состава, осуществляется следующим образом:

$$P_T = \frac{T_T}{\Phi_T}, \quad (3.10)$$

где T_T – годовой объём работ по зонам ТО, ТР или участку, чел.ч; Φ_T – годовой фонд времени рабочего при 1-сменной работе, ч. Фонд Φ_T определяется продолжительностью смены (в зависимости от продолжительности рабочей недели) и числом рабочих дней в году.

Численность вспомогательных рабочих рассчитывается по нормативам, установленным в процентах от численности производственных рабочих (при расчётах принимается равным 25 %). Численность инженерно-технических работников и служащих предприятия, младшего обслуживающего персонала, пожарной и сторожевой охраны устанавливается в зависимости от размера предприятия автосервиса.

При расчёте текущих затрат на автосервисные и торговые услуги целесообразно пользоваться ценами, тарифами, часовыми ставками и сдельными расценками, действующими в отрасли или регионе.

Затраты основного производства могут быть сгруппированы по следующим статьям калькуляции:

- заработная плата с премиями ремонтных рабочих, занятых на проведении технического обслуживания и ремонта автотранспортных средств;
- отчисления с сумм начисленной заработной платы;
- стоимость запасных частей;
- амортизационные отчисления по соответствующим основным производственным фондам;
- плата за аренду оборудования;
- накладные расходы;
- обучение и командировки;
- представительские;
- услуги сторонних организаций;
- ремонт здания;
- эксплуатация транспорта;
- коммунальные затраты;
- хозяйственные расходы;
- реклама;
- юридические и консультационные услуги;
- аренда земли и налог;
- страхование;
- обслуживание оборудования;
- прочие.

Валовая прибыль рассчитывается как разница между доходами предприятия автосервиса и текущими затратами. Чистая прибыль формируется путём вычитания из валовой прибыли налогов и обязательных платежей.

Срок окупаемости инвестиций на создание и реализацию проекта рассчитывается как отношение суммы инвестиций к чистой прибыли предприятия. Если этот срок устраивает предпринимателя и инвесторов, то проект может быть реализован на практике.

Подробно методика формирования прибыли и оценка эффективности инвестиций изложена нами в работе [9]. Ею можно пользоваться при экономическом обосновании проекта создания автосервисного предприятия.

В результате проведённых исследований установлено, что мощность придорожных предприятий автосервиса зависит от множества элементов и носит вероятностный характер.

Нами предложена математическая модель определения пробега, при котором будет наблюдаться наибольшая вероятность схода автомобилей на автодорогах и возможность обоснования целесообразности размещения автосервисных предприятий на этих участках дорог.

Проведённые расчёты по численности подвижного состава, находящегося в зоне обслуживания, среднегодового пробега обслуживаемых автомобилей, числа заездов автомобилей на предприятиях автосервиса, производственной программы по видам выполняемых работ, позволят определить мощность и тип придорожных предприятий автосервиса, а также произвести экономическое обоснование и составить бизнес-план.

4. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ И СТРУКТУРЫ ИХ ФИНАНСИРОВАНИЯ

4.1. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ

Решение задачи по удвоению ВВП к 2010 г. с развитием сферы услуг и отраслей с высокой долей добавленной стоимости должно предполагать высокие темпы роста перевозок автотранспортом и увеличение его доли в общем объёме грузовых перевозок всеми видами транспорта с 8,8 % в настоящее время до 10...11 % к 2010 г. и до 12...13 % к 2025 г., в объёме пассажирских перевозок – с 50 % до 52...53 % и 54...55 %, соответственно [35, 36, 37, 38].

Транспортно-эксплуатационное состояние автомобильных дорог, в условиях значительного роста объёма перевозок и числа автотранспортных средств, является особо актуальной проблемой.

Рассмотрим эти вопросы на примере Тамбовской области и других регионов ЦФО Российской Федерации.

На начало 2008 г. общая протяжённость автомобильных дорог в области составила 7222 км, в том числе общего пользования – 5999 км (83,1 %) и ведомственных – 1223 км (16,9 %).

4.1. Структура автомобильных дорог области на конец 2007 г.

	Всего	в том числе		Удельный вес в общем объёме, %
		федерального значения	областного и местного значения	
Общая протяжённость автомобильных дорог общего пользования – всего, километров	5998,9	612,8	5386,1	100,0
в том числе с твёрдым покрытием	5750,4	612,8	5137,6	95,9
из них:				
с усовершенствованным покрытием	5606,4	612,8	4993,6	93,5
грунтовые	248,5	–	248,5	4,1

В сети автомобильных дорог общего пользования наиболее благоустроенными являются федеральные дороги. По сравнению с 2006 г. их общая протяжённость не увеличилась. Хуже состояние дорог общего пользования областного и местного значения. Структура автомобильных дорог общего пользования на конец 2007 г. характеризуется приведёнными в табл. 4.1.

Как видно из табл. 4.1, федеральные дороги, составляющие 612,8 км или 10,7 % в общей протяжённости автодорог общего пользования с твёрдым покрытием, имеют более высокие категории, чем территориальные. За 2007 г. протяжённость дорог I и III категорий не изменилась. Протяжённость федеральных дорог II категории увеличилась на 0,3 % и составила 281,1 км. Территориальные автодороги с твёрдым покрытием составили 89,1 % в общей протяжённости автодорог общего пользования с твёрдым покрытием. В основном это дороги III и IV категории. Их доля в 2007 г. составила 98,5 % в общей протяжённости территориальных дорог общего пользования с твёрдым покрытием (в 2006 г. – 97,9 %).

Особую озабоченность вызывает состояние автодорожных мостов и путепроводов. На конец 2007 г. всего на дорогах общего пользования области эксплуатировалось 332 моста и путепровода общей протяжённостью 15,7 тыс. погонных метров, в том числе 310 капитальных сооружений и 22 деревянных моста (6,6 % от общего количества), которые не отвечают требованиям по грузоподъёмности.

Содержание, ремонт, реконструкция и строительство областных и местных автомобильных дорог общего пользования осуществляются за счёт средств областного бюджета, которые формируются из налоговых отчислений, а также субвенций и субсидий из федерального бюджета, представленных в табл. 4.3.

4.2. Категории дорог общего пользования с твёрдым покрытием на конец 2007 г.

	Всего	в том числе по категориям дорог:				
		I-Б	II	III	IV	V
Протяжённость дорог общего пользования с твёрдым покрытием, км	5750,4	19,5	325,2	1504,4	3866,1	35,2
в том числе федеральные	612,8	19,5	281,1	312,2	–	–

из них магистральные	240,2	19,5	220,7	–	–	–
территориальные	5137,3	–	44,1	1192,2	3866,1	35,2

4.3. Доходы, направляемые на финансирование дорожного хозяйства области, тыс. р.

	2006 г.	2007 г.	2007 г. в % к 2006
Всего,	874 299	832 148	95,2
в том числе: налоговые платежи	646 083	727 148	112,5
из них: транспортный налог	210 373	249 717	118,7
акцизы на нефтепродукты	427 230	473 659	110,9
мобилизация просроченной задолженности	8480	3772	44,5
– прочие поступления	18 216	–	<
– средства из федерального бюджета	210 000	105 000	50,0
Направлено средств на финансирование дорожного хозяйства – всего	857 945	803 550	93,7
из них: содержание автодорог и сооружений на них	194 423	247 413	127,3
ремонт автодорог и сооружений на них	259 909	315 430	121,4
капитальные вложения на строительство и реконструкцию автодорог	285 276	158 497	55,6
расходы на управление автодорогами	19 868	17 177	86,5
прочие расходы	98 469	65 033	66,01

В 2007 г. 87,4 % средств областного бюджета, направляемых на финансирование дорожного хозяйства, составили налоговые платежи, против 73,9 % в 2006 г. В структуре налоговых отчислений 2007 г. наибольший удельный вес составляют средства от продажи акцизов на нефтепродукты – 65,1 % (в 2006 г. – 66,1 %), транспортный налог – 34,4 % (в 2006 г. – 32,6 %) и мобилизация просроченной задолженности – 0,5 % (в 2006 г. – 1,3 %). Качество автомобильных дорог в прямой зависимости находится от полноты сбора налоговых платежей.

Средства, направленные на содержание и ремонт автодорог в 2007 г. выросли по сравнению с 2006 г. на 23,9 %, в то же время средства, направленные на капитальные вложения на строительство и реконструкцию автодорог, сократились на 44,4 %!

Следует отметить, что состояние и плотность автомобильных дорог имеют ключевое значение для конкурентной среды на рынке автотранспортных услуг.

Плотность автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием на 1000 квадратных километров территории в Тамбовской области за истекший год практически не изменилась и составила на конец 2007 г. 167 км против 163 км 2006 г. (в 1995 г. – 135 км). Для сравнения в среднем по России на 1000 квадратных километров территории приходится 35 км автодорог, в Центральном федеральном округе – 206 км (данные 2006 года) табл. 4.4.

Из приведённых данных следует, что в 1995 г. 17 регионов ЦФО по плотности автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием, распределились следующим образом: 6 из них имели этот показатель выше среднего по Центральному федеральному округу и 11 областей – ниже. В 2007 г. в группе регионов с показателем плотности автодорог общего пользования выше среднего по Центральному федеральному округу находилось 5 областей. Орловская область в 2007 г. из группы регионов с показателем ниже среднего значения перешли в группу с показателем плотности автодорог выше среднего по Центральному федеральному округу.

Владимирская область, наоборот, в 2000 г. находилась среди регионов с показателем плотности автодорог выше среднеобластного, а в 2007 г. оказалась в группе, где этот показатель ниже среднеобластного.

Высокий показатель плотности автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием в Московской, Белгородской, Липецкой и Курской областях, обеспечивает развитие конкурентной среды и способствует повышению конкурентоспособности автотранспортных услуг. Низкий уровень обеспеченности автомобильными дорогами с твёрдым покрытием среди регионов ЦФО в Костромской области, сдерживает процессы конкурентоспособности на рынке автотранспортных услуг.

Наибольшая часть ведомственных дорог Тамбовской области находится на балансе организаций сельского и лесного хозяйства. Их удельный вес в общей длине ведомственных дорог в 2007 г. по сравнению с предыдущим годом уменьшился и составил 74,7 %.

В области по-прежнему существует проблема связи сельских населённых пунктов с сетью дорог общего пользования. Крупные населённые пункты с численностью более 1000 человек практически все (99 %) связаны с сетью дорог общего пользования. В то же время на начало 2008 г. 540 сельских населённых пунктов области (32,4 % их общего числа) не имели связи по дорогам с твёрдым покрытием с сетью дорог общего пользования и железнодорожных станций. Как видно из табл. 4.5, хуже обеспеченность дорог с твёрдым покрытием и их связь с сетью дорог общего пользования в маленьких населённых пунктах с численностью до 50 человек (45,3 %), от 51 до 100 человек (57,9 %). В населённых пунктах с численностью свыше 500 человек, 2,8 % из них не имеют связи с дорогами с твёрдым покрытием с сетью дорог общего пользования, чем сдерживается автотранспортная доступность.

4.4. Типология регионов ЦФО по плотности автомобильных дорог общего пользования с твёрдым покрытием (на конец года; на 1000 км² территории; километров)

		1995 г.	2000 г.	2005 г.	2006 г.	2007 г.
Регионы, в которых плотность автомобильных дорог общего	свыше 30 км	Белгородская, Московская	Белгородская, Московская	Белгородская, Липецкая, Московская	Белгородская, Московская	Белгородская, Московская, Тульская
	на 21...30 км	Липецкая,	Липецкая	Курская,	Курская	Курская,

пользования выше среднего значения по ЦФО		Тульская		Тульская		Липецкая
	на 11...20 км	Владимирская	Курская, Тульская	Владимирская	Липецкая	–
	на 1...10 км	Смоленская	Владимирская	Брянская, Смоленская, Тверская	–	Орловская
Среднее значение по ЦФО		169	184	179	206	206
Регионы, в которых плотность автомобильных дорог общего пользования ниже среднего значения по ЦФО	на 1...10 км	Воронежская, Курская, Тверская, Ярославская	Брянская, Воронежская, Смоленская, Тверская	Воронежская, Орловская, Рязанская, Ярославская	Тульская, Орловская,	Владимирская, Калужская
	на 11...20 км	Брянская, Ивановская, Калужская, Рязанская	Калужская, Рязанская, Ярославская	Тамбовская, Ивановская	Брянская, Владимирская	–
	на 21...30 км	Орловская	Тамбовская, Ивановская, Орловская		Воронежская, Калужская, Рязанская, Смоленская, Тверская	Рязанская, Смоленская, Тверская,
	свыше 30 км	Тамбовская, Костромская	Костромская	Калужская, Костромская	Костромская, Тамбовская, Ивановская, Ярославская	Тамбовская, Брянская, Воронежская, Ивановская, Костромская, Ярославская

4.5. Количество сельских населённых пунктов области, имеющих автотранспортную связь по дорогам с твёрдым покрытием с сетью дорог общего пользования или ближайшей железнодорожной станцией по состоянию на начало 2008 г.

	Сельские населенные пункты, ед.					
	Всего	из них с числом жителей, человек				
		50 и менее	51...100	101...500	501...1000	более 1000
Количество сельских населенных пунктов, всего	1621	558	221	553	176	113
в том числе имеющие связь по дорогам с твёрдым покрытием	1130	253	128	466	171	112

Несмотря на такое положение, строительство новых дорог за последние годы резко сократилось, табл. 4.6.

Наибольший ввод автомобильных дорог с твёрдым покрытием осуществлялся в 1984 – 1991 гг. Начиная с 1992 г., наблюдалось резкое сокращение вводимых автодорог. Если в 1990 г. ввод автомобильных дорог с твёрдым покрытием составлял 393 км, то в 1995 г. соответственно 85 км, 1999 г. – 23 км (рис. 4.1). В 2007 г. произошло увеличение ввода автодорог по сравнению с 2006 г. на 3 км (33,3 %) и составило всего 12 км. Для сравнения в целом по России в 1995 г. введено 9,8 тыс. км автомобильных дорог с твёрдым покрытием в 2000 г. – 7,9 тыс. км; в 2005 г. – 2,6 тыс. км; в 2006 г. – 2,2 тыс. км; в 2007 г. – 2,8 тыс. км.

В 2007 г. в 20 из 23 районов области ввод дорог с твёрдым покрытием не осуществлялся.

В 2007 г. на эксплуатацию автомобильных дорог общего пользования крупными и средними предприятиями области, включая численностью до 15 человек, использовано инвестиций в основной капитал на сумму 310,3 млн. р. или 9,7 % от объёма инвестиций направленных на развитие транспорта и связи, против 9,5 % в 2006 г. что соответствовало стоимости строительства 31 км автомобильных дорог с твёрдым покрытием. Таким образом, выделенных инвестиций на эксплуатацию автодорог в 2007 г. явно недостаточно.

На состояние автомобильных дорог оказывает влияние рост числа автотранспортных средств. На начало 2008 г. в области насчитывалось 249,8 тыс. единиц автотранспорта, что больше на 6,7 %, чем в 2006 г.; на 15,4 %, чем в 2000 г. и в 2,5 раза больше, чем в 1990 г. Увеличение числа автотранспорта и низкое качество дорог приводят к увеличению дорожно-транспортных происшествий, снижению эффективности и качества предоставляемых услуг на автомобильном транспорте. Общие потери по этим причинам составляют, примерно, 1 млрд. р. в год.

В 2007 г. в области совершено 1991 дорожно-транспортное происшествие, в которых погибло 257 и ранено 2769 человек. По сравнению с 2006 г. аварийность на автомобильном транспорте возросла

4.6. Ввод в действие автомобильных дорог области с твердым покрытием, км

Годы	Всего	в том числе	
		общего пользования	ведомственные
1980	180	72	108
1981	325	139	186
1982	271	115	156
1983	360	171	189
1984	408	108	228
1985	406	203	203
1986	458	185	273
1987	429	202	227
1988	431	200	231
1989	473	201	272
1990	393	152	241
1991	401	118	283
1992	260	105	155
1993	156	61	95
1994	98	71	27
1995	85	66	19
1996	60	47	13
1997	35	29	6
1998	40	40	–
1999	23	23	–
2000	44	43	1
2001	50	49	1
2002	53	53	–
2003	56	55	1
2004	26	26	–
2005	28	28	–
2006	9	9	–
2007	12	12	–

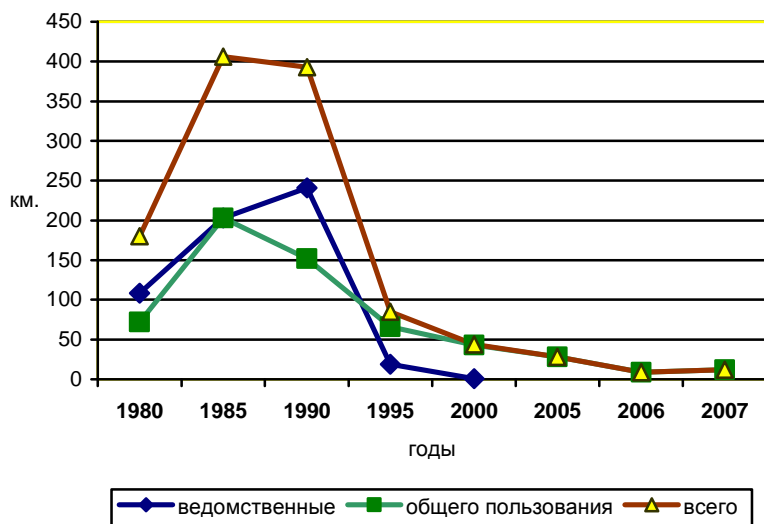


Рис. 4.1. Ввод автомобильных дорог с твёрдым покрытием

на 3,9 %, количество раненых увеличилось на 9,5 %, погибших – сократилось на 1,5 %. Число дорожно-транспортных происшествий на 100 тыс. человек населения Тамбовской области в 2007 г. по сравнению с 2006 г. возросло на 5,6 % и составило 180,0 против 171,5 – в 2006 г. (в среднем по ЦФО – 184,2).

Из приведённых данных видно, что в 1995 г. из 18 регионов ЦФО 11 имели показатель числа дорожно-транспортных происшествий на 100 тыс. человек населения выше среднего по ЦФО и 7 ниже, в 2006 г. соответственно 9 и 9, в 2007 г. 12 и 6.

Развитие транспортной системы, повышение конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте и экономики в целом, на наш взгляд, невозможно без решения проблемы строительства новых и повышения качества действующих автомобильных дорог. Неудовлетворительное состояние автомобильных дорог и слабая сеть развития ограничивает развитие конкуренции услуг на автомобильном транспорте.

Учитывая, что большинство регионов ЦФО относятся к регионам сельскохозяйственного производства, особую роль в современной уборке сельскохозяйственной продукции, её переработке и заготовке играет развитая сеть территориальных автомобильных дорог.

4.7. Типологическая группировка числа дорожно-транспортных происшествий в ЦФО (на 100 тыс. человек населения, происшествий)

		1995	2000	2005	2006	2007
Регионы, в которых число дорожно-транспортных происшествий выше среднего значения по ЦФО	свыше 30,0		Московская	Владимирская, Ивановская, Московская, Ярославская	Владимирская, Костромская, Ивановская, Московская, Тверская	Владимирская, Ивановская, Московская, Тверская
	на 20,1...30,0	Липецкая, Орловская	Владимирская, Орловская			Костромская, Липецкая, Орловская, Ярославская
	на 10,1...20,0	Владимирская, Московская, Рязанская, Тульская, Ярославская	Калужская, Липецкая, Ярославская	Костромская, Липецкая, Тверская	Липецкая	Воронежская, Калужская, Тульская
	на 0,1...10,0	Воронежская, Ивановская, Смоленская, Тверская	Воронежская, Костромская, Рязанская, Смоленская, Тверская	Воронежская, Калужская, Орловская, Рязанская, Тульская	Курская, Орловская, Тульская	Курская
Среднее значение по ЦФО		104,8	103,1	170,3	178,1	184,2
Регионы, в которых число дорожно-транспортных происшествий ниже среднего значения по ЦФО	на 0,1...10,0	Калужская, Костромская	Тамбовская, Брянская, Ивановская, Тульская	Тамбовская	Тамбовская, Воронежская, Калужская, Рязанская	Тамбовская, Рязанская
	на 10,1...20,0	Брянская, Курская, Тамбовская	Курская	Курская, Смоленская	Курская	
	на 20,1...30,0	Белгородская, г. Москва	Белгородская		Смоленская	Смоленская
	свыше 30,0		г. Москва	Белгородская, Брянская, г. Москва	Белгородская, Брянская, г. Москва	Белгородск., Брянская, г. Москва

Только на технологических перевозках зерна с поля на ток, уборке сахарной свёклы, подсолнуха, других технических культур, а также заготовке сена, сенажа, силосной массы, задействовано сотни тысяч грузовых автомобилей.

При вывозе сахарной свёклы на свеклоприёмные пункты, которая длится до декабря месяца, подъехать автопоезду к кагагу с готовой к отправке сахарной свёклы, самостоятельно, из-за бездорожья, практически невозможно. Для этих целей повсеместно используются мощные трактора-буксиры.

Дорожная сеть, в данном случае, выступает как объект транспортной инфраструктуры [12, 27].

Исследования показали, что экономия затрат на транспорте за счёт развития и совершенствования сети дорог в сельскохозяйственном производстве значительная.

Так, средняя скорость движения по грунтовым дорогам технического транспорта в два раза ниже, чем на дороге с твёрдым покрытием. Наличие благоустроенных дорог позволяет в два раза сократить период временного бездействия автомобильного транспорта и на 10...15 % увеличить коэффициент его использования. Увеличение протяжённости автомобильных дорог с твёрдым покрытием сопровождается снижением себестоимости транспортных работ, которое обуславливается как ростом производительности подвижного состава, так и уменьшением норм расхода топливо-смазочных материалов.

Согласно статистическим данным по Тамбовской области годовые расходы автотранспорта на технологические перевозки в период уборки урожая сельскохозяйственных продуктов в 2007 г. равнялись 252 740,0 тыс. р. Фонд времени работы автомобильного транспорта в период уборки урожая составил 6810,8 тыс. ч. Пробег автомобилей равен 23 324,9 тыс. км. Эксплуатационная скорость при действующей сети дорог составляет 18 км/ч. Предполагается, что эксплуатационная скорость при проектируемой сети дорог увеличится на 35 % по сравнению с существующей и составит 24,3 км/ч.

Для проведения расчётов по статьям расходов была составлена компьютерная программа, с помощью которой выполняется расчёт экономии затрат от увеличения плотности сети дорог. Учитывая тот факт, что одним из основных оценочных показателей автомобильных дорог является себестоимость перевозок, нам удаётся сравнить расходы на технологические перевозки до внедрения мероприятий по развитию сети автомобильных дорог с твёрдым покрытием и после внедрения. Доведение части дорог сельскохозяйственного назначения с 5-й категории до 4-й, существенно повысит эксплуатационные качества, а также улучшит конкурентную среду на технологических перевозках, будет способствовать

развитию конкуренции и повышению конкурентоспособности автотранспортных услуг в проектируемом варианте, в сравнении с существующим.

Экономия постоянных расходов транспорта за счёт увеличения эксплуатационной скорости автомобилей определяем по формуле

$$\mathcal{E}_{\Pi} = \left(\frac{C_{\Pi}}{T_{\text{д}} V_{\mathcal{E}1}} - \frac{C_{\Pi}}{T_{\text{д}} V_{\mathcal{E}2}} \right) Z_{\Gamma} = 12\,466,9 \text{ тыс. р.}, \quad (4.1)$$

где C_{Π} – постоянные расходы автотранспорта за год, р.; $T_{\text{д}}$ – фактический годовой фонд рабочего времени, отработанный автомобилями, ч.; $V_{\mathcal{E}1}$ – эксплуатационная скорость при действующей сети дорог, км/ч.; $V_{\mathcal{E}2}$ – то же при проектируемой, км/ч.; Z_{Γ} – годовой пробег автомобилей, км.

Экономия топлива на эксплуатацию автомобилей за счёт снижения норм его расхода

$$\mathcal{E}_{\text{топ}} = (H_1 - H_2) Z_{\Gamma} C_{\text{топ}} = 8519,9 \text{ тыс. р.}, \quad (4.2)$$

где H_1 – норма расхода топлива на пробег на действующей сети дорог, л.; H_2 – то же на проектируемой, л.; $C_{\text{топ}}$ – цена 1 л топлива, р.

Уменьшение потерь в результате простоя автомобилей по причине временного бездорожья

$$\mathcal{E}_{\text{пп}} = C(D'_{\text{пт}} - D''_{\text{пт}}) = 9533,7 \text{ тыс. р.}, \quad (4.3)$$

где $D'_{\text{пт}}$, $D''_{\text{пт}}$ – автомобиле-дни простоя по причине бездорожья соответственно до и после строительства дорог; C – себестоимость содержания одного автомобиле-дня работы, р.

Уменьшение потерь за счёт преждевременного износа подвижного состава

$$\mathcal{E}_{\text{пп}} = N_{\text{ав}} C_A (Z'_{\text{пп}} - Z''_{\text{пп}}) = 6311,4 \text{ тыс. р.}, \quad (4.4)$$

где $N_{\text{ав}}$ – норма амортизационных отчислений на восстановление в процентах к стоимости автомобиля; C_A – стоимость автомобиля в р.; $Z'_{\text{пп}}$, $Z''_{\text{пп}}$ – недопробег до норматива из-за преждевременного списания соответственно на действующей и проектируемой сети дорог, км.

Экономия расходов на сверхнормативный капитальный ремонт подвижного состава из-за плохого состояния автомобильных дорог:

$$\mathcal{E}_{кр} = K_{\phi} - N_{кр} \sigma_{кр} = 3299,6 \text{ тыс. р.}, \quad (4.5)$$

где K_{ϕ} – фактические затраты на капитальный ремонт подвижного состава, р.; $N_{кр}$ – количество капитальных ремонтов по нормативам в расчёте на фактический пробег; $\sigma_{кр}$ – нормативные затраты на один капитальный ремонт.

Экономия расходов на текущий ремонт:

$$\mathcal{E}_{тр} = T_{\phi} - l_{\phi} \sigma_{кр} = 698,1 \text{ тыс. р.}, \quad (4.6)$$

где T_{ϕ} – фактические затраты на текущий ремонт подвижного состава, р.; l_{ϕ} – фактический пробег автомобилей, км; $\sigma_{кр}$ – норматив затрат на текущий ремонт, р./1000 км.

Экономия расходов на пробег автомобилей складывается из двух частей

$$\mathcal{E}_{па} = \mathcal{E}_1 + \mathcal{E}_2 = 3080,4 \text{ тыс. р.}, \quad (4.7)$$

где \mathcal{E}_1 – экономия, обусловленная сокращением перепробега автомобилей из-за наличия непроезжих участков дорог в период распутицы, р.; \mathcal{E}_2 – экономия, обусловленная сокращением перепробега из-за низкой плотности автомобильных дорог в течение всего года, р.

В свою очередь \mathcal{E}_1 , рассчитывается по формуле

$$\mathcal{E}_1 = (L_1 - L_2) Q_g t C, \quad (4.8)$$

где L_1 – путь автомобиля в распутицу, км; L_2 – путь следования автомобиля в летний период, км; Q_g – дневной объём перевозок грузов, т; t – период времени, в течение которого автомобили вынуждены совершать перепробег, дн.; C – себестоимость перевозок грузов, р./т-км.

Экономия может быть рассчитана по аналогичной методике, только L_1 и L_2 в вышеприведённой формуле будут означать соответственно расстояние перевозки при существующей и проектируемой плотности автомобильных дорог.

Экономия расходов хозяйства на применение тракторов для буксировки и перевозки грузов в период бездорожья

$$\mathcal{E}_{пт} = P_T (C_T - C_A) = 535,5 \text{ тыс. р.}, \quad (4.9)$$

где P_T – работа, выполненная тракторами при перевозке грузов в период бездорожья, т-км; C_T – себестоимость перевозок грузов тракторами, р./т-км; C_A – себестоимость перевозок грузов автомобилями, р./т-км.

Экономия расходов на подвоз сельхозгрузов с полей к дороге и от дороги к местам производства работ (зернохранилища, свеклоприёмные пункты, силосные ямы и т.д.)

$$\mathcal{E}_{\text{пр}} = \sum_{i=1}^n Q_i (l_{\phi_i} C_{\phi_i} - l_{\text{п}_i} C_{\text{п}_i}), \quad (4.10)$$

где Q_i – объём перевозок в год по видам грузов, т; l_{ϕ_i} – среднее расстояние перевозок i -го вида груза при фактической плотности дорог, км; $l_{\text{п}_i}$ – то же при проектируемой плотности дорог, км; C_{ϕ_i} , $C_{\text{п}_i}$ – себестоимость перевозок i -го вида грузов при расстояниях перевозки в существующих и проектируемых условиях, р./т; n – количество видов груза.

Экономия расходов на перевозку сельхозпродуктов, связанная с увеличением плотности автодорог и соответствующим уменьшением расстояния технологических перевозок

$$\mathcal{E}_{\text{тр}} = C_{\text{тр}} Q_{\text{г}} (L'_{\text{тр}} - L''_{\text{тр}}), = 1683,6 \text{ тыс. р.} \quad (4.10)$$

где $Q_{\text{г}}$ – годовой объём перевозок, т; $L'_{\text{тр}} - L''_{\text{тр}}$ – расстояние перевозки при существующей и проектируемой густоте дорог, км; $C_{\text{тр}}$ – себестоимость перевозки одной тонны сельхозпродуктов.

Общая экономия затрат на транспортировку сельскохозяйственных грузов в период уборки урожая составит 41 млн. 340 тыс. 902 р.

Полученные данные по видам расходов существующих автотранспортных услуг и проектируемых занесём в табл. 4.8.

Размер снижения расходов автотранспортных услуг за счёт развития и плотности сети автомобильных дорог на сельскохозяйственном производстве путём доведения их до уровня IV категории.

4.8. Виды расходов

Виды расходов	Существующие расходы, тыс. р.	Проектируемые расходы, тыс. р.	Снижение расходов, тыс. р.
1. Расходы на дополнительный капитальный ремонт	35 499,6	32 200,0	3299,6

подвижного состава			
2. Потери, связанные с преждевременным износом автомобилей	37 866,2	31 555,2	6311,0
3. Дополнительные расходы на ГСМ	3731,9	0	3731,9
4. Расходы на дополнительный текущий ремонт подвижного состава	11 348,0	10 649,8	698,2
5. Потери, связанные с простоем исправных автомобилей из-за бездорожья в период распутицы	80 556,9	71 023,2	9533,7
6. Расходы на перевозку грузов тракторами	810,0	274,5	535,5
7. Экономия расходов за счёт увеличения эксплуатационной скорости	48 086,4	35 619,6	12 466,8
8. Расходы на недопробег автомобилей	23 616,6	20 536,2	3080,4
9. Расходы на перевозку, связанные с увеличением плотности автодорог	11 224,0	9540,4	1683,6
ИТОГО	252 740,0	211 399,1	41 340,9

При решении проблемы оценки эффективности развития сети территориальных внутрихозяйственных автомобильных дорог путём доведения их до более высших категорий автор исходил, прежде всего, из назначения дорог. В частности, в основу был положен фактор повышения конкурентоспособности автотранспортных услуг, получаемый за счёт снижения себестоимости на дорогах более высших категорий. Однако слабая сеть сельскохозяйственных дорог увеличивает потери продукции сельхозпроизводства, которые в период бездорожья превышают потери транспортной продукции в десятки раз. Целесообразность строительства внутрихозяйственных дорог объясняется и социальной составляющей, т.е. повышением жизненного уровня сельского населения. Решение этих вопросов требует дополнительных исследований и разработок.

4.2. ОЦЕНКА СТРУКТУРЫ БЮДЖЕТА ФИНАНСИРОВАНИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ

Основы механизма финансирования дорожного хозяйства Российской Федерации до 2000 г. были заложены в Законе Российской Федерации «О дорожных фондах в Российской Федерации», которые определили источники формирования дорожных фондов, регламентировали назначение и использование этих фондов. В 2001 г. Федеральный дорожный фонд Российской Федерации был упразднен. В 2003 г. отменён налог на пользователей автомобильных дорог, являвшийся основным источником формирования территориальных дорожных фондов. До проведения реформы источниками формирования дорожных фондов были также налог на реализацию горюче-смазочных материалов, налог на приобретение автотранспортных средств и налог с владельцев автотранспортных средств [65].

Принятые вместе с отменой налога на пользователей автомобильных дорог меры по индексации ставок акцизов, отмене налога с владельцев транспортных средства с введением прогрессивного регионального транспортного налога с единицы мощности транспортного средства и индексации земельного налога привели к снижению доходов субъектов Российской Федерации (территориальных дорожных фондов).

В значительной степени произошло изменение в распределении доходов между субъектами Российской Федерации, так как поступление акцизов концентрируются не во всех регионах.

Следует также заметить, что значительная часть расходов на дорожное хозяйство субъектов Российской Федерации осуществляется за счёт погашаемой недоимки прошлых лет по налогу на пользователей автомобильных дорог.

Необходимо учитывать, что реформа органов местного самоуправления повлечёт изменения в существующей классификации автомобильных дорог общего пользования, распределении доходных источников и полномочий по управлению и финансированию дорожной сети.

В период проведения налоговой реформы финансирование дорожного хозяйства было нестабильным – суммарные расходы колебались в пределах от 2,89 % ВВП в 2000 г. до 1,5 % в 2003 г. (табл. 4.9).

В условиях приоритетного финансирования расходов на содержание и ремонт автомобильных дорог общего пользования в целях сохранения существующей сети колебания общего объёма расходов в наибольшей степени сказываются на расходах на строительство и реконструкцию автомобильных дорог. Инвестиционный цикл дорожных проектов в

большинстве случаев превышает бюджетный годовой период, и изменение объёма расходов на дорожное хозяйство вызывает вынужденное сокращение или остановку финансирования инвестиционных проектов.

Это приводит к прекращению строительства и замораживанию недостроенных объектов, резко снижая эффективность уже осуществленных инвестиций. Годовой цикл бюджетного планирования не позволяет также учесть будущие обязательства по содержанию и ремонту дорожных объектов после завершения их строительства и реконструкции.

Помимо нестабильности объёмов финансирования существует также ряд проблем, связанных с финансированием дорожного хозяйства через федеральное казначейство.

К числу таких проблем относятся финансирование отклонений от бюджетных назначений, возврат материалов от временных зданий и сооружений и др.

Негативной практикой при исполнении бюджетов территориальных дорожных фондов региональных бюджетов остаётся нецелевое использование средств на жилищно-коммунальное строительство, газификацию регионов, проведение спортивно-оздоровительных мероприятий и др.

Для повышения качества строительства новых и содержания существующих автомобильных дорог с целью сокращения несоизмеримых потерь и затрат от снижения конкурентоспособности предоставляемых услуг автомобильным транспортом, вызванных заторами, ДТП и другими причинами, система финансирования дорожного хозяйства должна иметь следующие ключевые направления [35, 65]:

- закрепление источников финансирования муниципальных автомобильных дорог;
- разграничение полномочий по управлению и финансированию автомобильных дорог в соответствии с реформой органов местного самоуправления, доходной обеспеченностью и возможным пересмотром классификации автомобильных дорог;
- принятие среднесрочной и долгосрочной системы планирования и финансирования расходов на дорожное хозяйство, исключающей возникновение неисполняемых обязательств;

4.9. Динамика финансирования дорожного хозяйства в 1992 – 2003 гг.

Показатели	1992		1995		2000		2001		2002		2003	
	млрд р.	% ВВП	трлн р.	% ВВП	млрд р.	% ВВП	млрд р.	% ВВП	млрд р.	% ВВП	млрд р.	% ВВП
Всего расходы на дорожное хозяйство			25,4	1,65	210,8	2,89	204,7	2,26	217,2	2,00	197,2	1,51
в том числе расходы на федеральную дорожную сеть	46,1	0,26	5,4	0,35	38,9	0,53	34,7	0,38	38,7	0,36	40,1	0,31
расходы на автомобильные дороги субъектов РФ			20,0	1,30	171,9	2,35	170,0	1,88	178,5	1,64	157,1	1,20
из них за счёт дотаций, субвенций и субсидий	31,7	0,18	4,0	0,26	11,6	0,16	24,9	0,28	29,6	0,27	39,0	0,30

– урегулирование вопросов, касающихся бюджетного финансирования дорожного хозяйства и привлечения дополнительных источников, в том числе заёмного финансирования и взимания платы за пользование автомобильными дорогами.

В процессе осуществления финансовой деятельности активно развивающейся на рынке компании перед её финансовыми аналитиками возникает проблема аналитического обоснования оптимального инвестиционного портфеля в условиях ограниченных средств финансирования.

Несмотря на множество возможных источников финансирования, которые можно привлекать в настоящее время для строительства дорог, наиболее рентабельным для каждого региона остаётся привлечение финансовых средств федерального бюджета. К получению государственных инвестиций с учётом их гарантированности стремятся все субъекты Российской Федерации, без исключения.

При этом надо принимать во внимание, что фактически ни одна официально утверждённая территориальная программа по дорожному хозяйству никогда не финансировалась государством в намеченных объёмах.

Гарантированное привлечение частных инвестиций может значительно повысить инвестиционную активность, что позволит содействовать реконструкции дорожного хозяйства в регионах.

Как показывает практика, считает Д.А. Ендовицкий [73], при наличии условий для осуществления инвестиционного кредитования ссудозаёмщик может обосновано рассчитывать на получение недостающих ему средств только в том случае, если значительная часть потребности в инвестиционном капитале будет покрываться им самим из собственных источников финансирования. При этом минимально допускаемая доля собственного капитала в зависимости от уровня проектного риска кредитоспособности заёмщика будет находиться в пределах 25...50 %.

Даже в этих условиях определить оптимальную структуру финансирования будет проблематично.

Здесь важно правильно выбрать критерий оценки, который позволит сделать выбор варианта структуры инвестиционного капитала, а также учесть интересы всех участников долгосрочного инвестирования строительства автомобильных дорог.

В качестве различных источников средств, направляемых на финансирование долгосрочных инвестиций, зачастую выделяют собственный и заёмный капитал. В нашем случае использование собственного и заёмного капитала позволят объективно оценить среднюю взвешенную цену инвестированного в дорожный проект капитала.

Подразделение собственного капитала на внешние (за счёт эмиссии акций) и внутренние (за счёт амортизации и части прибыли) источники средств, а также выделение кредитов банка, займов прочих организаций, средств, поступающих за счёт выпуска корпоративных облигаций, бюджетных ассигнований и прочих в отдельную обособленную группу заёмных источников финансирования позволит финансовым аналитикам учесть специфические цели, стоящие отдельно перед акционерами (владельцами) компании и её кредиторами. Кроме того, становится возможным детерминация уровня финансового риска, дополнительно возлагаемого на собственников компании, напрямую связанного с постоянными финансовыми издержками по обслуживанию инвестированного капитала и долей заёмных средств в общем объёме финансирования долгосрочных инвестиций.

Важную роль в процессе обоснования оптимальной структуры средств финансирования играют показатели финансового рычага $F1$, рентабельности собственного капитала ROE , рентабельности инвестированного (постоянного) капитала ROI .

Данный набор показателей используется для оценки воздействия структуры капитала на уровень эффективности конкретного варианта капиталовложений в дорожное строительство. Вышеперечисленные показатели исчисляются по следующим формулам:

$$F1 = \frac{ЗК}{СК}; ROE = \frac{P}{СК}; ROI = \frac{P}{I},$$

где $ЗК$ – величина заёмного капитала, тыс. р.; $СК$ – величина средств из внешних (за счёт эмиссии акций) и внутренних (амортизация и прибыль) источников собственного капитала компании, тыс. р.; P – величина проектной прибыли до налогообложения и выплаты процентов, тыс. р.; I – объём финансирования долгосрочных инвестиций (постоянный капитал: $СК + ЗК$), тыс. р.

Показатель ROE , исчисленный с использованием чистой прибыли и после уплаты процентных платежей, можно представить формулой

$$ROE = \frac{(P - r \cdot ЗК) (1 - \text{tax})}{СК},$$

где tax – коэффициент ставки налога и прочих отчислений с прибыли предприятия; r – коэффициент средней взвешенной ставки процента по заёмным средствам финансирования.

Для того чтобы определить степень воздействия структуры капитала на уровень эффективности долгосрочного инвестирования, в качестве критерия оптимизации можно использовать рентабельность собственного капитала (целевого показателя, учитывающего интересы владельцев компании). В этом случае можно составить детерминированную модель зависимости показателя ROE от влияния на его уровень рентабельности инвестированного капитала (эффективности капиталовложений по всем источникам финансирования) и финансового рычага (показателя структуры инвестированного капитала). Данная модель зависимости может быть получена следующим образом:

$$ROE = \frac{P(1 - \text{tax}) - r^* \cdot ЗК}{СК} = ROI + (ROI - r^*) F1,$$

где r^* – посленалоговая ставка процента, рассчитываемая как $r(1 - \text{tax})$.

Эта модель зависимости наглядно иллюстрирует так называемый эффект финансового рычага. Если общий уровень эффективности, вложений перед выплатой процентных и дивидендных платежей ROI , превышает процентную ставку по заёмным средствам финансирования, то финансовый рычаг увеличивать рентабельность собственного капитала. И наоборот, если рентабельность инвестированного капитала будет ниже, чем норма процента по заёмным средствам финансирования, $F1$ будет снижать уровень эффективности вложения капитала собственников (акционеров) компании-реципиента.

Из этого следует, что интересы субъектов дорожного хозяйства и других субъектов, участвующих в проектах, можно оптимизировать таким образом, чтобы достичь максимального уровня эффективности использования собственного капитала. Следует иметь в виду, что с увеличением в структуре капитала доли заёмных источников вместе с показателем ROE возрастает степень финансового риска, связанного с повышением вероятности невыплаты по своим долговым обязательствам перед кредиторами (заимодавцами). Этот риск дополнительно возлагается на собственников компании.

Принимая эти моменты во внимание, более рациональным будет использование в качестве критерия оптимизации такого обобщающего показателя, который, с одной стороны, учитывал интересы собственников, с другой стороны, соединял в себе частные показатели рентабельности и финансового риска. В качестве такого критерия мы предлагаем использовать соотношение «рентабельность – финансовый риск».

Чтобы детерминировать данный показатель, делается следующее допущение: в связи с тем, что цена заёмного капитала уже включает компенсацию за риск инвестирования средств в конкретный вариант капиталовложений, надбавку в уровне рентабельности, связанную с финансовым риском FR , можно найти как разницу между фактической величиной средней взвешенной цены инвестированного капитала $WACC$ и этим же самым показателем, рассчитанным с использованием безрисковой ставки рентабельности $WACC_r$.

Допущение можно представляется следующим математическим выражением:

$$FR = WACC - WACC r_f = \frac{k_e CK + r ЗК}{СК + ЗК} - \frac{k_e CK + r_f ЗК}{СК + ЗК} =$$

$$= (r - r_f) \frac{ЗК}{СК + ЗК},$$

где k_e – коэффициент цены собственного капитала; r – коэффициент средней взвешенной ставки процента (фактической или планируемой) по заёмным средствам финансирования; $(r - r_f)$ – коэффициент надбавки в уровне рентабельности (премия) за финансовый риск, при условии 100 %-ного кредитования конкретного варианта капиталовложений; $ЗК / (СК + ЗК)$ – коэффициент доли заёмных средств финансирования в общей величине инвестированного в проект капитала.

Полученное выражение FR позволяет сделать вывод о наличии прямой зависимости между уровнем финансового риска и долей заёмных средств финансирования в общей величине инвестированного в проект капитала.

Итак, соотношение «рентабельность – финансовый риск» λ , используемое в качестве критерия оптимизации структуры капитала, может быть представлено следующей формулой:

$$\lambda = \frac{ROE}{FR} = \frac{(P - rЗК)(1 - \text{tax})}{СК} - \frac{(r - r_f) ЗК}{СК + ЗК},$$

при этом предлагается считать оптимальным тот вариант структуры капитала, в котором показатель λ будет иметь наибольшее значение ($\lambda \rightarrow \max$).

Показателем, который используется для оптимизации структуры капитала, является срок окупаемости, который характеризует скорость возврата инвестированного капитала.

В данном случае срок окупаемости PB рассчитывается с использованием показателя чистой прибыли, оставшейся после выплаты процентов, по следующей формуле:

$$PB = \frac{I}{(P - rЗК)(1 - \text{tax})},$$

где I – потребность в капитале из всех источников финансирования, тыс. р.

Математическая модель для определения оптимального соотношения собственного и заёмного капитала, имеет вид (целевая функция):

$$\lambda = \frac{ROE}{FR} = \frac{(P - rЗК)(1 - \text{tax})}{СК} - \frac{(r - r_f) ЗК}{СК + ЗК} \rightarrow \max;$$

система ограничений:

$$\left\{ \begin{array}{l} \frac{P(1 - \text{tax}) - r(1 - \text{tax})ЗК}{I - ЗК} \geq ROE_N; \\ \frac{P(1 - \text{tax}) - r(1 - \text{tax})ЗК}{I} \geq ROI_N; \\ \frac{ЗК}{I - ЗК} \leq F1_N; \\ I_{ЗК} = \frac{ЗК}{I}; \\ I_{СК} = \frac{I - ЗК}{I}; \\ ЗК \geq 0. \end{array} \right.$$

Данная задача решается методами линейного программирования (симплекс-методом).

Она может быть упрощённо решена ручными методами. В этом случае в ходе оценки оптимальной структуры капитала инвестиционного проекта придерживаемся следующих этапов.

1. Оцениваем общую потребность в капитале вне зависимости от возможных источников финансирования (в нашем примере – 20 100 тыс. р.).

2. Определяем максимально возможную долю собственного капитала в общей величине средств, направленных на финансирование долгосрочных инвестиций (в нашем примере 50 %).

3. Рассчитываем показатель «рентабельность – финансовый риск» для всех вариантов структуры инвестированного капитала (табл. 10);

4. Рассчитываем скорость возврата инвестированного капитала (см. табл. 11);

5. В пределах между наибольшей долей собственного капитала и его нулевым уровнем в общем объёме средств финансирования с использованием критериев максимума показателя λ и минимума PB определяем оптимальную комбинацию средств, поступающих на финансирование долгосрочных инвестиций из различных источников.

Из таблицы 4.10 видно, что в указанных пределах доля СК от 0 до 50 %, показатель «рентабельность – риск» имеет наилучшее значение при удельном весе заёмного капитала, равном 80 % ($\lambda = 21,39$), а срок окупаемости равен 2,49 года. Однако в случае снижения доли заёмного капитала до 60 % значение PB составит 2,07 года, а коэффициент λ будет равен 16,0.

Какой же вариант структуры инвестированного капитала предпочесть? По нашему мнению, выбор оптимальной структуры капитала зависит от нормативного значения срока окупаемости и индивидуальной расположенности предприятия к риску. В том случае, если нормативное значение PB будет соответствовать двум годам, то рациональнее выбрать структуру средств финансирования с 60 %-ной долей заёмного капитала.

4.10. Оценка оптимальной структуры капитала инвестиционного проекта

Показатели	Структура капитала, % (ЗК/СК)						
	0/10 0	20/8 0	40/6 0	50/5 0	60/4 0	80/2 0	100/ 0
<i>Исходные данные для анализа структуры инвестиционного капитала</i>							
1. Потребность в капитале из всех источников финансирования, тыс. р.	20100						
2. Величина собственного капитала направленного на финансирование инвестиций, тыс. р.	2010 0	1608 0	1206 0	1005 0	8040 0	4020 0	0
3. Величина заёмного капитала направленного на финансирование инвестиций, тыс. р.	0	4020	8040	1005 0	1206 0	1608 0	2010 0
4. Безрисковая ставка рентабельности на финансовом рынке	0,25						
5. Средняя ставка процента по заёмным средствам финансирования	0,4						
6. Годовая величина проектной прибыли до налогообложения и выплаты процентов, тыс. р.	14500						
7. Ставка налога и прочих отчислений с прибыли предприятия	0,35						
<i>Аналитические показатели</i>							
8. Рентабельность собственного капитала ([стр. 6 – стр. 5 стр. 3] × [1 – стр. 7] / стр. 2)	0,46 8	0,512	1,007	0,645	1,443	2,567	–
9. Уровень финансового риска (стр. 5 – стр.4) × стр. 3/стр. 1)	–	0,03	0,06	0,075	0,09	0,12	0,15
10. Показатель «рентабельность – риск» (стр. 8 / стр. 9)	–	17,0	16,72	8,66	16,0	21,39	–
11. Скорость возврата инвестированного капитала (срок окупаемости) (стр. 1/[6 – стр. 5 × стр. 3] × [1 – стр. 7]), лет	2,13 2	1,559	1,781	1,427	2,077	2,491	3,111

Анализ изменений, происходящих в величинах показателей λ и PB , в зависимости от значения финансового рычага позволил нам сделать и другой вывод.

Собственники, стремящиеся максимизировать рентабельность своих вложений за счёт дополнительного привлечения заёмных средств, должны быть готовы к существенному снижению скорости возврата инвестированного в проект капитала.

В этом случае наглядно проявляется противоречие между желанием максимизировать свой личный доход и необходимостью неуклонного повышения (удержания на прежнем уровне) эффективности производственно-финансовой деятельности компании. В этой ситуации интересы собственников компании вступают в противоречие с экономическими интересами самой компании.

Проведённые аналитические исследования и расчёты по оценке структуры финансирования автомобильных дорог с целью улучшения их технического состояния, и на этой основе положительного влияния на конкурентоспособность предоставляемых услуг автомобильным транспортом, позволили выделить приоритетные направления привлечения частных инвестиций в дорожную отрасль и рассчитать оптимальную структуру капитала инвестиционного проекта.

Главная задача конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта заключается в своевременной доставке требуемой продукции от производителя к потребителям, уменьшение потерь и порчи готовой продукции и сырья, сокращении времени омертвлении материальных средств, находящихся на автомобильном транспорте, улучшение автотранспортного обслуживания населения путём быстрой его доставки в комфортных условиях и др.

От конкурентоспособности предоставляемых услуг автомобильного транспорта в полной мере зависит себестоимость товаров, производительность труда, конкурентоспособность большинства отраслей экономики страны.

Важность указанного направления объясняется тем, что практическое использование методов повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта не требует значительных затрат, а эффективность их достаточно высокая.

В работе была поставлена цель исследовать теоретические и методологические основы повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта, а также изложить научно обоснованные рекомендации для решения проблемы.

В результате исследований автором сделаны следующие выводы и рекомендации:

1. Повышение конкурентоспособности услуг на автомобильном транспорте является актуальной проблемой экономической науки, имеющей особое значение для их реализации в новых рыночных условиях. Проведённые исследования показали, что наилучшее решение указанной проблемы на современном этапе рыночных преобразований возможно лишь на основе улучшения составных параметров конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

2. Повышение уровня конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта – это система, при которой потребности в этих услугах удовлетворяются на высоком организованном и безопасном уровнях, при минимальных затратах и потерях.

3. Повышение конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта неразрывно связано с методами организации перевозочного процесса, компьютерными технологиями. С целью оптимизации решения транспортных задач в этих условиях в работе разработан комплекс научных и методических рекомендаций.

4. Для повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта большое значение имеет прогнозирование развития предприятий автосервиса, основанного на применении нормативов потребности в условиях интенсивной автомобилизации российского общества.

5. Среди задач повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта важное место принадлежит автомобильным дорогам, которое базируется на их развитии и эксплуатационном состоянии.

Обеспеченность благоустроенными автомобильными дорогами рассматривается автором как важнейшее условие повышения конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

Проведённые аналитические исследования и расчёты по оценке структуры финансирования автомобильных дорог с целью улучшения их технического состояния и на этой основе положительного влияния на конкурентоспособность предоставляемых услуг автомобильным транспортом позволили выделить автору приоритетные направления привлечения частных инвестиций в дорожную отрасль и рассчитать оптимальную структуру капитала инвестиционного проекта.

6. Решение сформулированных в работе задач позволяет повысить уровень научного обоснования и усилить его позитивное влияние на повышение конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бачурин, А.А. Анализ производственно-хозяйственной деятельности автотранспортных организаций : учеб. пособие / А.А. Бачурин. – М. : Академия, 2004. – 387 с.

2. Бережной, В.И. Методология логического подхода к управлению автотранспортным предприятием : автореф. дис. ... д-ра экон. наук / В.И. Бережной; СПб. ГИЭА. – СПб., 1997. – 36 с.

3. Вопросы экономики и управления на транспорте : учеб. пособие / В.А. Богомазов, Г.А. Кононова, И.О. Масленников, Р.А. Марышев. – СПб. : СПб. ГИЭА, 1995. – 79 с.

4. Бочкарева, М.М. Количественная оценка качества транспортных услуг / М.М. Бочкарева, В.А. Гудков, Н.В. Дулина // Автотранспортное предприятие. – 2007. – № 12. – С. 49 – 53.

5. Будрина, Е.В. Проблемы формирования и управления развитием регионального рынка транспортных услуг / Е.В. Будрина. – СПб. : СПб. ГИЭУ, 2002. – 276 с.

6. Бычков В.П. Экономика автотранспортного предприятия : учеб. пособие / В.П. Бычков. – М. : Инфра-М, 2006. – 381 с.

7. Бычков, В.П. Организация малого предпринимательства на автомобильном транспорте : учеб.-практ. пособие / В.П. Бычков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. – Ч. 1. – 244 с.

8. Бычков, В.П. Организация малого предпринимательства на автомобильном транспорте : учеб.-практ. пособ. / В.П. Бычков,

Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2003. – Ч. 2. – 80 с.

9. Бычков, В.П. Эффективность производства и предпринимательство в автосервисе : учеб. пособие / В.П. Бычков, Н.В. Пеньшин. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 304 с.

10. Webster's New Encyclopedic Dictionary // Kohemann Verlags GmbH Cologne. – Germany, 1994.

11. Грузовые автомобильные перевозки : учебник для вузов / А.В. Вельможин, В.А. Гудков, Л.Б. Миротин, А.В. Куликов. – М. : Горячая линия – Телеком, 2007 – 560 с.

12. Влияние строительства автомобильных дорог на экономическое развитие районов / А.В. Кац, В.А. Ногай и др. – М. : ЦБНТИ Минавтодора, 1976. – 60 с.

13. Волгин, В.В. Автосевис : практ. пособие / В.В. Волгин. – М. : Торговая корпорация «Дашков и К», 2004. – 405 с.
14. Волгин, В.В. Автосервис: Создание и сертификация : практ. пособие / В.В. Волгин. – 3-е изд. – М. : Торговая корпорация «Дашков и К», 2007. – 620 с.
15. Воробьев, А.Г. Все на благо пассажира / А.Г. Воробьев, Я.Б. Ключ // Автомобильный транспорт. – 2004. – № 5. – С. 54 – 57.
16. Всеобщее управление качеством : учебник для вузов / О.П. Глудкин и др. – М. : Горячая линия. – Телеком, 2001. – 600 с.
17. Эффективность производственной инфраструктуры предприятия / В.Н. Гончаров, А.И. Вавин и др. – Луганск, 1994. – 164 с.
18. Горев, А.Э. Грузовые автомобильные перевозки : учеб. пособие / А.Э. Горев. – М. : Изд. центр «Академия», 2004. – 288 с.
19. Горский, Л.К. Автомобильный транспорт России в условиях реформ / Л.К. Горский. – СПб. : АТРФ, 1995. – 278 с.
20. Государственное регулирование рынка транспортных услуг. – Екатеринбург : УКНАТР, 1996. – 209 с.
21. Громова, Н.Б. Методы исследования операций в моделировании организационно-экономических задач : учеб. пособие / Н.Б. Громова, Э.В. Минько, В.И. Прохоров. – М. : Изд-во МАИ, 1992. – 240 с.
22. Егоров, Е.В. Система поддержки малого предпринимательства в г. Москве / Е.В. Егоров // Федеративные отношения и региональная социально-экономическая политика. – 2000. – № 12. – С. 73 – 78.
23. Государственное регулирование деятельности предприятий транспорта / А.В. Иванов, А.В. Колик, Г.И. Кузнецов, Л.Я. Рoshаль. – М., 1992. – 47 с.
24. Исследование операций в экономике : учеб. пособие / Н.Ш. Кремер, Б.А. Путка, И.М. Трошин и др. ; под ред. Н.Ш. Кремера. – М. : Банки и биржи : ЮНИТИ, 1999. – 407 с.
25. Квитко, Х.Д. Эффективность использования грузовых автомобилей / Х.Д. Квитко : под ред. А.Н. Малышевского. – М. : Транспорт, 1979. – 174 с.
26. Кобелев, Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем : учеб. пособие / Н.Б. Кобелев. – М. : Дело, 2003. – 336 с.
27. Конторович, Л.В. Проблемы эффективного использования и развития транспорта / Л.В. Конторович. – М. : Наука, 1989. – 301 с.
28. Кузьмина, В. Есть ли альтернатива? / В. Кузьмина // Автоперевозчик. – 2002. – № 11. – С. 47 – 49.
29. Куликова, Л.А. Экономика – регулятор автотранспортной деятельности / Л.А. Куликова // Автомобильный транспорт. – 2004. – № 1. – С. 38 – 40.
30. Кутин, А.А. Создание конкурентоспособных станков / А.А. Кутин. – М. : Станкин, 1996. – 220 с.
31. Кушлин, В.И. Государственное регулирование рыночной экономики : учебник / В.И. Кушлин, Н.А. Волгин. – М. : Экономика, 2001. – 734 с.
32. Луканин, В.Н. Основы эксплуатации автомобильного транспорта и бухгалтерского учёта автотранспортных средств / В.Н. Луканин, А.П. Насонов, 1998. – 557 с.
33. Маврин, В.Г. Проектирование сети автосервисных предприятий методами имитационного моделирования / В.Г. Маврин, Р.Г. Хабибуллин, И.В. Макарова // Автотранспортное предприятие. – 2008, июль. – 37 с.
34. Мартынов, В.С. Переходная экономика. Российские проблемы / В.С. Мартынов. – М., 2005. – 719 с.
35. Материалы Транспортной стратегии Российской Федерации до 2030 года : утвержд. распоряжением Правительства от 22 ноября 2008 г., № 1734-р.
36. Материалы выездного расширенного заседания правительственной комиссии РФ по обеспечению безопасности дорожного движения. – М., 1999. – № 5. – С. 86 – 93.
37. Материалы коллегии Министерства транспорта РФ. – М. 2004, февраль. – 92 с.
38. Вопросы обеспечения безопасности дорожного движения : материалы третьей Всерос. практ. конф. 6–7 декабря 2000 г. – М., 2000. – 260 с.
39. Месарович, М. Общая теория систем: математические основы / М. Месарович, Я. Ткачара. – М. : Мир, 1978. – 312 с.
40. Минько, Э.В. Качество и конкурентоспособность / Э.В. Минько, М.А. Кричевский. – СПб. : Питер, 2004. – 268с.; ил. – (серия «Теория и практика менеджмента»).
41. Минько, Э.В. Конкурентоспособность, качество продукции и процессов производства / Э.В. Минько, А.Э. Минько // Проблемы организации конкурентоспособного производства и повышения устойчивости производственных систем : сб. науч. ст. – Екатеринбург : УГТУ – УПИ, 2001. – С. 295 – 303.
42. Моисеев, Н.Н. Элементы теории оптимальных систем / Н.Н. Моисеев. – М. : Наука, 1975. – 526 с.
43. Напольский, Г.М. Технологическое проектирование автотранспортных предприятий и станций технического обслуживания / Г.М. Напольский. – М. : Транспорт, 1985. – 231 с.
44. Грузовые перевозки и тарифы / Ю.М. Неруш, Я.Д. Лозовой и др. – М. : Транспорт, 1988. – 287 с.
45. О состоянии транспортного комплекса в Тамбовской области в 2007 г. / Тер. орган госстатистики по Тамбовской обл. – Тамбов, 2008. – 41 с.
46. О работе грузового автомобильного транспорта отраслей экономики и деловой активности предприятий автомобильного транспорта / Тер. орган госстатистики по Тамбовской обл. – Тамбов, 2008. – 29 с.
47. Огвоздин, В.Ю. Управление качеством: Основы теории и практики : учеб. пособие / В.Ю. Огвоздин. – 5 изд., перераб. и доп. – М. : «Дело и Сервис», 2007. – 288 с.
48. Проскураков, А.В. Гибкость производственных систем: Методология анализа и оценки / А.В. Проскураков // Вестник машиностроения. – 1986. – № 7. – С. 5 – 7.
49. Родионова, В.Н. Оптимизация материальных потоков в производственно-сбытовой системе / В.Н. Родионова, Н.В. Федорова. – Воронеж : Изд-во ВГТУ, 1999. – 169 с.
50. Розова, Н.К. Управление качеством / Н.К. Розова. – СПб. : Питер, 2002. – 224 с.

51. Сафронов, Э.П. Начало реформирования ГПТ – совершенствование маршрутных сетей / Э.П. Сафронов // Автомобильный транспорт. – 2004. – № 5. – С. 57–58.
52. Селезнев, А.С. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России / А.С. Селезнев. – М., 1999. – 146 с.
53. Транспорт и связь в Тамбовской области : сборник / Тамб. обл. комитет госстатистики. – Тамбов, 2007. – 121 с.
54. Туровец, О.Г. Гибкая организация производственных систем: Закономерности развития, принципы построения / О.Г. Туровец. – Воронеж : Изд-во ВГУ, 1988. – 152 с.
55. Управление качеством : учебник / под ред. С.Д. Ильенковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 352 с.
56. Модернизация транспортной системы России (2002 – 2010 годы) : федеральная целевая программа: [утверждена постановлением правительства РФ от 5.12.2001]. – № 848.
57. Гражданский кодекс РФ : федеральный закон РФ от 26 ноября 2001 г. – № 147-ФЗ.
58. О лицензировании отдельных видов деятельности : федеральный закон РФ от 8 августа 2001 г. – № 128-ФЗ.
59. Федина, Т.В. Научно-методические основы формирования организационных структур управления транспортом : учеб. пособие / Т.В. Федина. – М. : ГУУ, 2000. – 64 с.
60. Федоркова, Н.В. Направление достижения конкурентоспособности на основе повышения уровня гибкости / Н.В. Федоркова // Вестник ВГТУ. – Воронеж, 2001. – Вып. 3.1. – С. 146 – 149.
61. Хейне, П. Экономический образ мышления / пер. с англ. – М. : Новости при участии издательства Catallaxy, 1991.
62. Чефранов, И.В. Сервисный метод обслуживания легкового автотранспорта / И.В. Чефранов // Автотранспортное предприятие. – 2004. – № 11.
63. Шургалина, И.Н. Реформирование Российской экономики / И.Н. Шургалина. – М., 2000. – 222 с.
64. Экономика предприятия : учеб. пособие для вузов / под ред. О.И. Волкова. – М. : Инфо, 1997. – 146 с.
65. Концепция Национальной программы модернизации и развития автомобильных дорог Российской Федерации до 2025 г. // Министерство транспорта Российской Федерации. – М. : 2003. – 34 с.
66. Пименов, В. Формирование конкурентной стратегии предприятия / В. Пименов, В. Березин // Стандарты и качество. – 2002. – № 6. – С. 5 – 7.
67. Кондратьев, Н.Д. Проблемы экономической динамики / Н.Д. Кондратьев. – М. : Экономика, 1989. – 526 с.
68. Муромцев, Д.Ю. Экономическая эффективность и конкурентоспособность : учеб. пособие / Д.Ю. Муромцев, Ю.Л. Муромцев, В.М. Тютюнник, О.А. Белоусов. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 96 с.
69. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 175 с.
70. Иванова, Е.А. Оценка конкурентоспособности предприятия : учеб. пособие / Е.А. Иванова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. – 298 с.
71. Портер, М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 175 с.
72. Кеворков, В.В. Повышение конкурентоспособности компании: формирование рыночной стратегии и её практическое применение / В.В. Кеворков, Д.В. Кеворков, 2005. – 215 с. (Библиотечка «Российской газеты»).
73. Ендовицкий, Д.А. Аналитические подходы в обосновании структуры инвестиционного капитала / Д.А. Ендовицкий // Аудит и финансовый анализ. – 1999. – № 3.
74. Шайкин, В.И. Автотранспорт в инновационной экономике : материалы форума «Транспорт объединяет Россию» и заседания Госсовета РФ «О развитии транспортной инфраструктуры РФ» / В.И. Шайкин, В.Г. Радионов // Автотранспортное предприятие. – 2008. – № 2. – С. 3.
75. Кирьянов, В.Н. Совершенствование нормативно-правовой базы в сфере обеспечения безопасности дорожного движения / В.Н. Кирьянов // Автоперевозки: грузовые, пассажирские, международные. – 2007. – № 4. – С. 59.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УСЛУГ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА	4
1.1. Концепция конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта	4
1.2. Специфические особенности формирования и развития конкурентной среды на рынке автотранспортных услуг	18
1.3. Показатели конкурентоспособности автотранспортного предприятия	29
1.4. Методология оценки конкурентоспособности автотранспортных услуг	43
2. АНАЛИЗ И НАПРАВЛЕНИЯ ВЛИЯНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ НА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОСТОЯНИЕ РЕГИОНА	56
2.1. Анализ состояния и тенденций изменений на рынке автотранспортных услуг	56
2.2. Модель влияния конкурентоспособности на развитие региона	68
2.3. Методики оценки конкурентоспособности услуг автомобильного транспорта	79

3.	СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ	АВТОСЕРВИСНЫХ	УСЛУГ	
	В ПЕРИОД ГЛОБАЛЬНОЙ АВТОМОБИЛИЗАЦИИ РОССИИ			94
3.1.	Повышение	уровня	конкурентоспособности	предприятий
				автосервиса
			94
3.2.	Развитие отечественного и зарубежного малого предпринимательства как фактор совершенствования автосервисных услуг			107
3.3.	Проектирование параметров автосервисного предприятия на основе математической модели вероятности сходов автомобилей на автодорогах			116
4.	МЕТОДЫ ОЦЕНКИ СОСТОЯНИЯ АВТОМОБИЛЬНЫХ ДОРОГ И СТРУКТУРЫ ИХ ФИНАНСИРОВАНИЯ			123
4.1.	Методы	оценки	эффективности	развития
				автомобильных
	дорог			123
4.2.	Оценка	структуры	бюджета	финансирования
				автомобильных
	дорог			139
	ЗАКЛЮЧЕНИЕ			149
	СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ			151