

КОНКУРЕНТНАЯ КАРТА РЫНКА УСЛУГ ПО ПЕРЕВОЗКЕ ПАССАЖИРОВ НА ТРАНСПОРТЕ ОБЩЕГО ПОЛЬЗОВАНИЯ В г. БЛАГОВЕЩЕНСКЕ



Васильева Анжелика Валерьевна,

кандидат экономических наук, зав. кафедрой экономики и менеджмента организации, Амурский государственный университет; 675027, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21
vavangel@mail.ru



Баштовой Евгений Александрович,

выпускник направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент», направленность (профиль) образовательной программы «Управление малым бизнесом», Амурский государственный университет, г. Благовещенск; 675027, г. Благовещенск, Игнатьевское шоссе, 21
evgeny.bashtovoj@yandex.ru

Для управления конкурентоспособностью предприятия необходима информация о наличии конкурентов на рынке, их конкурентных стратегиях и преимуществах. Данную информацию позволяет аккумулировать конкурентная карта рынка, которая показывает положение предприятия по занимаемой им позиции на рынке, систематизирует конкурентные преимущества предприятий. Проведенный анализ показал, что муниципальные предприятия занимают значительную долю на рынке перевозки пассажиров на транспорте общего пользования. Однако проигрывают в конкурентоспособности. При высоком спросе на пассажирские перевозки муниципальные предприятия медленнее, чем их конкуренты, реагируют на изменения рынка, запросы потребителей. Сравнение предприятий по конкурентоспособности должно основываться не только на объективных показателях оценки, но и учитывать субъективное мнение потребителей. Соединить эти два критерия позволяет построение конкурентной карты рынка. Анализ конкурентоспособности предприятий по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске показал, что МП «Автоколонна 1275» среди конкурентов имеет высокий уровень стратегических факторов успеха и низкий уровень потребительских оценок. Для улучшения конкурентной позиции муниципального предприятия предложены такие мероприятия, как обновление автопарка, ремонт автобусов, оптимизация маршрутной сети, оборудование автобусов средствами информационного сервиса, поддержание чистоты и порядка в салоне автобусов, восстановление порталной бесконтактной автомойки, открытие мастерской по ремонту и обслуживанию автомобилей. Реализация предложенных мероприятий позволит муниципальному предприятию стать достойным конкурентом на рынке услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия; стратегические факторы успеха; уровень потребительских оценок; конкурентная карта рынка; повышение конкурентоспособности транспортного предприятия.

На рынке пассажирских перевозок наблюдается жесткая конкурентная борьба предприятий за покупателя. Рынок перенасыщен конкурентами. Предприятия конкурируют за лучшее удовлетворение потребностей клиента. На первый план выходят такие факторы конкурентоспособности, как скорость перевозки, качество обслуживания покупателя, вместимость автобуса, чистота в салоне, удобное расположение мест в автобусе, вежливость обслуживающего персонала. Развитие конкуренции в сфере транспорта имеет преимущества не только для покупате-

лей, но и для предприятий. Благодаря конкуренции предприятия транспорта расширяют спектр оказываемых услуг, повышают качество транспортного обслуживания населения, обновляют материально-техническую базу транспорта, снижают цены.

Особенно остро проблема конкурентоспособности рассматривается применительно к муниципальным предприятиям. При высоком спросе на пассажирские перевозки муниципальные предприятия медленнее реагируют на изменения рынка, запросы покупателей.

Для повышения конкурентоспособности муниципальным предприятиям необходима информация о наличии конкурентов на рынке, их конкурентных стратегиях и преимуществах. Данную информацию позволяет аккумулировать конкурентная карта рынка, которая показывает положение предприятия по занимаемой им позиции на рынке, систематизирует конкурентные преимущества предприятий.

Объектом исследования в статье выступает муниципальное предприятие «Автоколонна 1275» г. Благовещенска, занимающееся

перевозкой населения на территории Амурской области. Основным видом деятельности предприятия являются внутригородские автомобильные (автобусные) пассажирские перевозки, подчиняющиеся расписанию.

Цель исследования – построить конкурентную карту рынка услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске и предложить мероприятия по повышению конкурентоспособности МП «Автоколонна 1275».

По данным администрации г. Благовещенска в 2016 году помимо муниципального предприятия «Автоколонна 1275» услуги по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования оказывали 88 индивидуальных предпринимателей.

Одним из показателей деятельности транспортных предприятий является показатель выполнения рейсов. На муниципальное предприятие «Автоколонна 1275» приходится 22,23% запланированных рейсов, остальные 77,77% рейсов обслуживают индивидуальные предприниматели. Доля фактически выполненных рейсов отличается от планового значения, что объясняется поломками транспорта. Соотношение фактически выполненных рейсов с плановыми позволяет рассчитать показатель регулярности выполне-

ния рейсов. Следует заметить, что МП «Автоколонна 1275» проигрывает в регулярности выполнения рейсов по сравнению с индивидуальными предпринимателями. Так, если у ИП регулярность выполнения рейсов составляет 99,22%, то у муниципального предприятия – 94,87%. Доля невыполненных рейсов у муниципального предприятия больше 5% за 2016 год, потери ИП – меньше 1%.

В 2016 году действующая маршрутная сеть г. Благовещенска включала 38 городских и 6 садовых маршрута. При этом МП «Автоколонна 1275» обслуживало львиную долю городских маршрутов (15 ед., или 39,47%) и 100% (6 ед.) садовых маршрутов. В связи с тем, что садоводческие маршруты являются одними из самых убыточных маршрутов, администрация города поддерживает МП «Автоколонна 1275», выплачивает дотацию. Частный перевозчик не готов обслуживать такие маршруты.

Автобусный парк МП содержит 114 автобусов, при этом доля автобусов со сроком эксплуатации более 10 лет составляет более 40% (48 ед.). Индивидуальные предприниматели более конкурентоспособны по материально-технической базе. На долю автобусов со сроком эксплуатации более 10 лет приходится всего

16%, или 51 единица от общего количества автобусов, принадлежащих ИП. Таким образом, у МП «Автоколонна 1275» выявлена проблема устаревшего автобусного парка.

В 2016 году МП «Автоколонна 1275» перевезено 8185,4 тыс. пассажиров, что составило 22,93% от общего числа перевозок пассажиров на общественном автобусном транспорте.

Для построения конкурентной карты рынка оказания услуг по перевозке пассажиров транспортом общего пользования использована методика И.В. Головина [1].

На первом этапе проводилась оценка стратегических факторов успеха транспортных предприятий (показателей конкурентоспособности фирм). В качестве показателей конкурентоспособности выбраны: количество маршрутов, их востребованность, количество автобусного парка, вместимость автобусов, качество транспортной услуги, техническое состояние автобусов. Далее выполнено определение весовых коэффициентов стратегических факторов успеха. Весовые коэффициенты определялись экспертом – сотрудником МП «Автоколонна 1275». Результаты расчетов представлены в *таблице 1*.

Согласно представленным расчетам, наиболее значимым

Таблица 1

Определение весовых коэффициентов стратегических факторов успеха транспортных предприятий г. Благовещенска

Фактор	Количество маршрутов	Востребованность маршрутов	Количество автобусов	Вместимость автобусов	Качество услуги	Техническое состояние автобусов	ΣV_i	Вес (α_i)
Количество маршрутов	2	1	1	1	3	1	9	0,1250
Востребованность маршрутов	3	2	3	3	3	1	15	0,2083
Количество автобусов	3	1	2	1	3	1	11	0,1527
Вместимость автобусов	3	1	3	2	3	1	13	0,1805
Качество услуги	1	1	1	1	2	1	7	0,0972
Техническое состояние автобусов	3	3	3	3	3	2	17	0,2361
Итого							72	1

показателем конкурентоспособности для транспортного предприятия является техническое состояние автобусов (23,61%). На втором месте по значимости находится востребованность маршрута пассажирами (20,83%). Далее следует вместимость автобусов (18,05%). Наименее значимым показателем конкурентоспособности транспортного предприятия, по мнению эксперта, является качество транспортной услуги (9,72%).

Далее проводилось попарное сравнение стратегических факторов успеха у МП «Автоколонна 1275» и его конкурентов. В качестве конкурентов выбрано 15 ИП, оказывающих услуги перевозки пассажиров в г. Благовещенске по наиболее востребованным маршрутам. Пример оценочной таблицы сравнения транспортных пред-

приятий по фактору «Количество маршрутов» представлен в *таблице 2*.

В результате сравнения транспортных предприятий по фактору «Количество маршрутов» выявлено, что МП «Автоколонна 1275» лидирует среди конкурентов по «количеству обслуживаемых маршрутов». Также таблица 2 позволила выделить 3 группы конкурентов. К первой группе относится МП «Автоколонна 1275», обслуживающее более 3-х маршрутов, ко второй группе – индивидуальные предприниматели, обслуживающие 2 маршрута, к третьей группе – ИП, обслуживающие 1 маршрут.

После сопоставления транспортных предприятий по всем стратегическим факторам успеха проводилось умножение суммарных значений стратегических факто-

ров успеха на удельный вес каждого фактора.

В *таблицу 3* занесены произведения взвешенных оценок каждого фактора на относительные оценки каждого предприятия по этому фактору. Построчная сумма произведений показывает значение стратегических факторов успеха транспортных предприятий по каждому фактору.

Количественные значения показателей позволили проранжировать транспортные предприятия по стратегическим факторам успеха. В результате по СФУ на первом месте находится ИП Карасенко, обслуживающий 36-й маршрут. На 2-м месте расположился ИП Минодаев, обслуживающий 44-й маршрут. На третьем месте стоит ИП Вишневецкий, обслуживающий 2-й и 30-й маршруты.

Стратегическими факторами успеха ИП Карасенко являются

Таблица 2

Сравнение предприятий по фактору «Количество маршрутов»

Конкуренты, номера маршрутов	МП «Автоколонна 1275»	ИП Вишневецкий (2;30)	ИП Караблин (3, 26)	ИП Цилибеев (4,19)	ИП Степанчук (5, 39)	ИП Дорожинский (7, К)	ИП Ткачук (9)	ИП Супрун (11)	ИП Карповская (12)	ИП Поправко (13, 25)	ИП Помазков (24, 41)	ИП Плотников (31, 46)	ИП Пермяков (33)	ИП Карасенко (36)	ИП Шестерин (38)	ИП Минодаев (44)	ΣB_i	Вес (P)
МП «Автоколонна 1275»	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47	0,0918
ИП Вишневецкий (2;30)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Караблин (3, 26)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Цилибеев (4,19)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Степанчук (5, 39)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Дорожинский (7, К)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Ткачук (9)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Супрун (11)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Карповская (12)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Поправко (13, 25)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Помазков (24, 41)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Плотников (31, 46)	1	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	38	0,0742
ИП Пермяков (33)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Карасенко (36)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Шестерин (38)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
ИП Минодаев (44)	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	23	0,0449
Итого																	512	1

востребованность маршрута (ИП обслуживает пользующийся популярностью маршрут, который проходит через крупный торгово-развлекательный центр города «Острова»), качество услуги, техническое состояние автобусов.

МП «Автоколонна 1275» находится на 4-м месте и отстает от конкурентов по востребованности маршрута, качеству оказываемых транспортных услуг, техническому состоянию автобусов. Стратегическими факторами успеха МП «Автоколонна 1275» являются количество маршрутов, количество автобусов, вместимость автобусов.

Оценка конкурентоспособности транспортных предприятий является не полной без оценки конкурентоспособности предприятий пассажирами.

На втором этапе проводилась оценка конкурентоспособности сервиса пассажирских услуг транспортных предприятий с помощью опросов пассажиров. Опрос пассажиров проводился по городским маршрутам города. В литературе рассматриваются следующие показатели для оценки сервиса пассажирских услуг: надежность перемещения точно по графику (время поездки); доступность (частота

движения транспорта); безопасность (вероятность безотказной работы общественного транспорта); комфортность (качество поездки); показатель информационного сервиса (уровень информационного сервиса) [2].

Последовательность действий при оценке потребительских предпочтений сервиса пассажирских услуг транспортных предприятий такая же, как при оценке стратегических факторов успеха.

Вначале определены весовые коэффициенты потребительских оценок для различных факторов конкурентоспособности (табл. 4).

Таблица 3

Сводная таблица расчета уровней стратегических факторов успеха транспортных предприятий

Конкуренты	Количество маршрутов	Востребованность маршрутов	Количество автобусов	Вместимость автобусов	Качество услуги	Техническое состояние автобусов	$\sum \alpha_i \cdot P_i$	Место
МП «Автоколонна 1275»	0,0115	0,0086	0,0140	0,0166	0,0063	0,0148	0,0718	4
ИП Вишневыский (2;30)	0,0093	0,0165	0,0125	0,0124	0,0082	0,0130	0,0719	3
ИП Караблин (3, 26)	0,0093	0,0123	0,0078	0,0092	0,0034	0,0111	0,0531	14
ИП Цилибеев (4,19)	0,0093	0,0144	0,0066	0,0117	0,0053	0,0185	0,0658	7
ИП Степанчук (5, 39)	0,0093	0,0144	0,0089	0,0106	0,0042	0,0157	0,0631	8
ИП Дорожинский (7, К)	0,0093	0,0123	0,0134	0,0127	0,0053	0,0130	0,066	6
ИП Ткачук (9)	0,0056	0,0165	0,0054	0,0088	0,0072	0,0157	0,0592	13
ИП Супрун (11)	0,0056	0,0185	0,0089	0,0120	0,0082	0,0171	0,0703	5
ИП Карповская (12)	0,0056	0,0144	0,0054	0,0078	0,0082	0,0199	0,0613	10
ИП Поправко (13, 25)	0,0093	0,0086	0,0107	0,0127	0,0066	0,0116	0,0595	12
ИП Помазков (24, 41)	0,0093	0,0086	0,0107	0,0127	0,0053	0,0130	0,0596	11
ИП Плотников (31, 46)	0,0093	0,0103	0,0125	0,0113	0,0042	0,0148	0,0624	9
ИП Пермьяков (33)	0,0056	0,0086	0,0066	0,0060	0,0053	0,0083	0,0404	15
ИП Карасенко (36)	0,0056	0,0185	0,0107	0,0152	0,0089	0,0208	0,0797	1
ИП Шестерин (38)	0,0056	0,0070	0,0078	0,0067	0,0034	0,0088	0,0393	16
ИП Минодаев (44)	0,0056	0,0185	0,0107	0,0138	0,0072	0,0199	0,0757	2

Таблица 4

Определение весовых коэффициентов потребительских оценок конкурентоспособности сервиса пассажирских услуг транспортных предприятий

Фактор	Надежность перемещения точно по графику	Доступность	Безопасность	Комфортность	Показатель информационного сервиса	$\sum B_i$	Вес (α_i)
Надежность перемещения точно по графику	2	3	1	1	3	10	0,20
Доступность	1	2	1	1	3	8	0,16
Безопасность	3	3	2	3	3	14	0,28
Комфортность	3	3	1	2	2	11	0,22
Показатель информационного сервиса	1	1	1	2	2	7	0,14
Итого						50	1

В результате определения весовых коэффициентов выявлено, что наиболее весомым фактором в оценке конкурентоспособности сервиса пассажирских услуг является безопасность движения автобуса, набравшая наибольший вес (28%). Наименее весомым фактором определен показатель информационного сервиса (14%).

Далее выполнен опрос потребителей с целью изучения их мнения о конкурентоспособности сервиса пассажирских услуг. В опросе приняли участие 20 пассажиров. В *таблице 5* представлены результаты опроса граждан по городским маршрутам.

Наиболее высокую оценку конкурентоспособности транспортных услуг получил ИП Супрун, обслуживающий 11-й маршрут. ИП Супрун лидирует среди конкурентов по надежности перемещения автобусов точно по графику; доступности, оказываемых услуг;

комфортности перемещения пассажиров; по информационному сервису. На втором месте находится ИП Карасенко, обслуживающий 36-й маршрут. На третьем месте расположился ИП Минодаев, обслуживающий 44-й маршрут, с помощью которого можно быстро добраться до центра города.

МП «Автоколонна 1275» по оценке потребителей находится лишь на 9-м месте, существенно проигрывая конкурентам по движению автобусов точно по расписанию, комфортности перемещения пассажиров, показателю информационного сервиса, что связано с отсутствием в автобусах средств оповещения ближайших остановок и времени.

На следующем этапе данные, полученные в ходе опроса потребителей, откорректированы с помощью весовых коэффициентов. Результаты расчетов представлены в *таблице 6*.

Наилучший результат среди транспортных предприятий по показателю «надежность перемещения точно по графику» показали ИП Цилибеев (4-й маршрут), ИП Супрун (11-й маршрут), ИП Карасенко (36-й маршрут), ИП Минодаев (44-й маршрут). По показателю «доступность», который характеризует интервал или частоту движения транспорта, лидируют те же предприниматели ИП Цилибеев, ИП Супрун, ИП Карасенко, ИП Минодаев. По показателю «безопасность», характеризующему вероятность безотказной работы общественного транспорта, пассажирами особенно отмечены ИП Вишневский (2-й и 30-й маршруты), ИП Степанчук (5-й и 39-й маршруты), ИП Ткачук (9-й маршрут), ИП Пермяков (33-й маршрут), ИП Шестерин (38-й маршрут). По комфортности или качеству поездки опережают всех ИП Супрун (11-й маршрут), ИП Карповская (12-й маршрут), ИП Карасенко (36-й маршрут). Лучший уровень

Таблица 5

Результаты опроса пассажиров по городским маршрутам

Конкуренты	Надежность перемещения точно по графику		Доступность		Безопасность		Комфортность		Показатель информационного сервиса	
	Балл	удельный вес	Балл	удельный вес	Балл	удельный вес	Балл	удельный вес	Балл	удельный вес
МП «Автоколонна 1275» (2К; К; 1; 5; 8; 9; 11; 15; 16; 18; 20; 22; 23; 28; 17 км, 8 км)	3,86	0,0600	4	0,0602	4,53	0,0681	3,13	0,0568	2,8	0,0592
ИП Вишневский (2;30)	3,5	0,0544	4	0,0602	5	0,0752	4,5	0,0816	3,5	0,0740
ИП Караблин (3, 26)	4	0,0622	3,5	0,0526	4,5	0,0676	2	0,0363	1	0,0211
ИП Цилибеев (4, 19)	5	0,0777	5	0,0752	2	0,0301	3	0,0544	4	0,0846
ИП Степанчук (5, 39)	4	0,0622	3	0,0451	5	0,0752	2,5	0,0453	3	0,0634
ИП Дорожинский (7, К)	4	0,0622	4	0,0602	4,5	0,0676	3	0,0544	2,5	0,0529
ИП Ткачук (9)	4	0,0622	4	0,0602	5	0,0752	4	0,0726	3	0,0634
ИП Супрун (11)	5	0,0777	5	0,0752	3	0,0451	5	0,0907	5	0,1057
ИП Карповская (12)	3	0,0466	4	0,0602	4	0,0601	5	0,0907	4	0,0846
ИП Поправко (13, 25)	4	0,0622	4	0,0602	4	0,0601	3	0,0544	2,5	0,0529
ИП Помазков (24, 41)	4,5	0,0699	4,5	0,0677	4,5	0,0676	3	0,0544	2,5	0,0529
ИП Плотников (31, 46)	3,5	0,0544	3,5	0,0526	3,5	0,0526	3	0,0544	1,5	0,0317
ИП Пермяков (33)	3	0,0466	4	0,0602	5	0,0752	3	0,0544	2	0,0423
ИП Карасенко (36)	5	0,0777	5	0,0752	4	0,0601	5	0,0907	4	0,0846
ИП Шестерин (38)	3	0,0466	4	0,0602	5	0,0752	2	0,0363	1	0,0211
ИП Минодаев (44)	5	0,0777	5	0,0752	3	0,0451	4	0,0726	5	0,1057
Итого	–	1	–	1	–	1	–	1	–	1

информационного сервиса пассажирами зафиксирован у ИП Супрун, ИП Минодаев.

В целом оценка потребительских предпочтений сервиса пассажирских услуг транспортных предприятий позволила выявить лидеров рынка: ИП Цилибеев (4), ИП Супрун (11), ИП Карасенко (36), ИП Минодаев (44).

На основе полученных данных построена сводная таблица конкурентоспособности транспортных предприятий, в которой сведены результаты оценки стратегических факторов успеха предприятий и потребительские оценки (табл. 7).

Согласно данным таблицы 7, на первом месте по конкурентоспособности находится ИП Карасен-

ко (11,03%), на втором — ИП Минодаев (10,38%), на третьем — ИП Супрун (10,28%), на четвертом — ИП Вишневецкий (10,03%). МП «Автоколонна 1275» в рейтинге конкурентоспособности занимает 5-е место. Замыкает рейтинг конкурентоспособности ИП Шестерин, обслуживающий 38-й маршрут.

Таблица 6

Определение уровня потребительских оценок транспортных предприятий с учетом весовых коэффициентов

Конкуренты	Надежность перемещения точно по графику	Доступность	Безопасность	Комфортность	Показатель информационного сервиса	$\Sigma \alpha_i * P_i$
МП «Автоколонна 1275»	0,0120	0,0096	0,0191	0,0125	0,0083	0,0615
ИП Вишневецкий (2;30)	0,0109	0,0096	0,0211	0,0180	0,0104	0,0699
ИП Караблин (3, 26)	0,0124	0,0084	0,0189	0,0080	0,0030	0,0507
ИП Цилибеев (4, 19)	0,0155	0,0120	0,0084	0,0120	0,0118	0,0598
ИП Степанчук (5, 39)	0,0124	0,0072	0,0211	0,0100	0,0089	0,0596
ИП Дорожинский (7, К)	0,0124	0,0096	0,0189	0,0120	0,0074	0,0604
ИП Ткачук (9)	0,0124	0,0096	0,0211	0,0160	0,0089	0,0680
ИП Супрун (11)	0,0155	0,0120	0,0126	0,0200	0,0148	0,0750
ИП Карповская (12)	0,0093	0,0096	0,0168	0,0200	0,0118	0,0676
ИП Поправко (13, 25)	0,0124	0,0096	0,0168	0,0120	0,0074	0,0583
ИП Помазков (24, 41)	0,0140	0,0108	0,0189	0,0120	0,0074	0,0631
ИП Плотников (31, 46)	0,0109	0,0084	0,0147	0,0120	0,0044	0,0504
ИП Пермяков (33)	0,0093	0,0096	0,0211	0,0120	0,0059	0,0579
ИП Карасенко (36)	0,0155	0,0120	0,0168	0,0200	0,0118	0,0762
ИП Шестерин (38)	0,0093	0,0096	0,0211	0,0080	0,0030	0,0509
ИП Минодаев (44)	0,0155	0,0120	0,0126	0,0160	0,0148	0,0710

Таблица 7

Сводная таблица конкурентоспособности транспортных предприятий

Конкуренты	Уровень стратегических факторов успеха, %	Уровень потребительских оценок, %	Конкурентоспособность предприятия, %	Место в конкурентоспособности
МП «Автоколонна 1275»	7,18	6,15	9,45	5
ИП Вишневецкий (2;30)	7,19	6,99	10,03	4
ИП Караблин (3, 26)	5,31	5,07	7,34	14
ИП Цилибеев (4, 19)	6,58	5,98	8,89	9
ИП Степанчук (5, 39)	6,31	5,96	8,68	10
ИП Дорожинский (7, К)	6,60	6,04	8,95	8
ИП Ткачук (9)	5,92	6,80	9,02	7
ИП Супрун (11)	7,03	7,50	10,28	3
ИП Карповская (12)	6,13	6,76	9,13	6
ИП Поправко (13, 25)	5,95	5,83	8,33	12
ИП Помазков (24, 41)	5,96	6,31	8,68	11
ИП Плотников (31, 46)	6,24	5,04	8,02	13
ИП Пермяков (33)	4,04	5,79	7,06	15
ИП Карасенко (36)	7,97	7,62	11,03	1
ИП Шестерин (38)	3,93	5,09	6,43	16
ИП Минодаев (44)	7,57	7,10	10,38	2

По рассчитанным показателям построена конкурентная карта рынка услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске (рис. 1). По оси X отложены значения уровня потребительских оценок транспортных услуг предприятий, по оси Y — уровень стратегических факторов успеха.

Согласно конкурентной карте рынка предприятия распределились по четырем областям. Предприятия, попавшие в область «Олимп», обладают наибольшей рыночной долей в отрасли, к ним относятся ИП Карасенко, ИП Минодаев, ИП Супрун, ИП Вишневский. Данные предприятия имеют наивысший рейтинг конкурентоспособности.

МП «Автоколонна 1275», располагающееся в зоне «Вторжение», имеет высокий уровень стратегических факторов успеха и низкий уровень потребительских оценок. Основные усилия муниципального предприятия должны быть направлены на повышение ценности предприятия в глазах потребителей.

Построение конкурентной карты рынка транспортных услуг по перевозке пассажиров показало положение МП «Автоколонна 1275» среди конкурентов. Для улучшения конкурентной позиции и перехода предприятия в зону «Олимп» разработаны мероприятия для повышения конкурентоспособности МП «Автоколонна 1275», представленные на рисунке 2.

Первое и самое главное мероприятие заключается в обновлении автопарка. От количества машин, их надежности в эксплуатации зависит качество предоставляемых предприятием услуг по перевозке пассажиров на транс-

порте общего пользования. Для увеличения объемов и качества предоставляемых услуг предприятию необходимо своевременно расширять и обновлять свой автопарк. Данное мероприятие является достаточно затратным, однако от его реализации зависит успешное развитие муниципального предприятия.

Пассажирские автобусы — как городские, так и садовые, при эксплуатации подвергаются серьезным испытаниям: эти транспортные средства изо дня в день преодолевают большие расстояния. Для поддержания исправной работы всех узлов и агрегатов автобусов необходимо регулярно про-

водить их обслуживание и ремонт. Данное мероприятие является менее затратным по сравнению с первым, однако требует значительных текущих расходов.

Изменение и оптимизация маршрутной сети является третьим мероприятием, способствующим улучшению конкурентного положения предприятия. Ежедневно общественный транспорт города Благовещенска перевозит до 150 тыс. чел. в день. Оптимизация маршрутной сети общественного транспорта МП «Автоколонна 1275» подразумевает поиск оптимального варианта, при котором происходит максимальное удовлетворение спроса



Рис. 1. Конкурентная карта рынка услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске*

* В целях лучшей читаемости рисунка показана только часть предприятий.

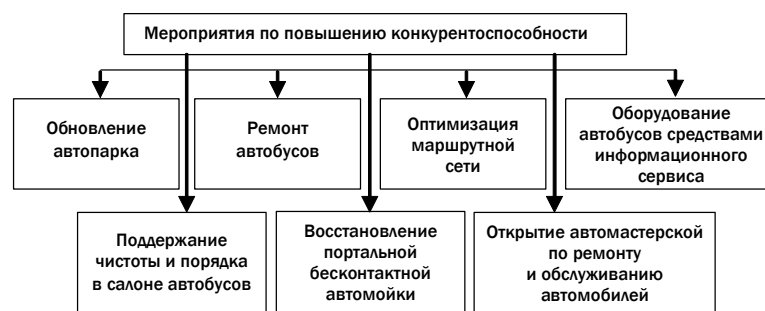


Рис. 2. Предлагаемые мероприятия по повышению конкурентоспособности МП «Автоколонна 1275»

пассажирских перевозок при наименьших затратах на обслуживание транспорта. Необходимо таким образом организовать маршруты и расписание движения автобусов общественного транспорта, чтобы пассажиры могли перемещаться с наименьшими затратами времени и денег, а перевозчики несли минимально возможные в данном случае издержки.

Оборудование автобусов средствами информационного сервиса предполагает установление в салоне автобуса средств оповещения ближайших остановок и времени. В последнее время на частном транспорте активно внедряются системы видеонаблюдения. В салонах автобусов устанавливаются видеокамеры, которые позволяют вести наблюдение остановки как внутри салона автобуса, так и непосредственно дорожной обстановки, что способствует обеспечению безопасности пассажиров на транспорте.

Зачастую автобусы муниципального транспорта проигрывают частным перевозчикам в наличии загрязнений в салоне, поэтому поддержание чистоты и порядка в салоне автобуса остается немаловажным приоритетом для клиентов.

Поиск дополнительных источников дохода предполагает реализацию таких мероприятий как восстановление портальной бесконтактной автомойки и открытие автомастерской по ремонту и обслуживанию автомобилей. С каждым годом в городах становится все больше автомобилей, что увеличивает спрос на услуги автомоек, который далек до удовлетворения. Практически у каждой мойки выстраиваются очереди. Пор-

тальные автомойки стоят значительно дороже, чем комплект оборудования для ручной автомойки, однако обеспечивают более высокую производительность и пропускную способность, а современный уровень автоматизации всего процесса мойки автомобилей позволяет снизить количество обслуживающего персонала и его трудозатраты.

В настоящее время услуги по ремонту и обслуживанию автомобилей очень востребованы, и спрос на них уменьшаться не будет. Даже новые машины требуют, как минимум, сезонной замены резины и периодического обновления расходников. Создание автомастерской по ремонту и обслуживанию легковых автомобилей может стать крупным источником прибыли для МП «Автоколонна 1275». Основные затраты на открытие автосервиса — это аренда помещения и покупка оборудования. У муниципального предприятия данные затраты минимальны.

В случае реализации данных мероприятий МП «Автоколонна 1275» улучшит свое положение на карте позиционирования и повысит конкурентоспособность.

Таким образом, в работе выполнен анализ основных показателей деятельности транспортных предприятий г. Благовещенска. Для оценки конкурентоспособности муниципального предприятия и построения конкурентной карты рынка услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования выполнена оценка стратегических факторов успеха, которая показала, что МП «Автоколонна 1275» находится на 4-м месте и отстает от конкурентов по

востребованности маршрутов, качеству оказываемых транспортных услуг, техническому состоянию автобусов. Стратегическими факторами успеха МП «Автоколонна 1275» являются охват маршрутов, количество автобусов, а также их вместимость.

Опрос пассажиров автобусов свидетельствует о том, что МП «Автоколонна 1275» существенно проигрывает конкурентам по движению автобусов точно по расписанию, комфортности перемещения пассажиров, показателю информационного сервиса.

Построение конкурентной карты рынка транспортных услуг по перевозке пассажиров показало положение МП «Автоколонна 1275» среди конкурентов. Предприятие, расположившись в зоне «Вторжение», имеет высокий уровень стратегических факторов успеха и низкий уровень потребительских оценок. Для улучшения конкурентной позиции и перехода предприятия в зону «Олимп» разработаны мероприятия для повышения конкурентоспособности МП «Автоколонна 1275», в частности, обновление автопарка, ремонт автобусов, оптимизация маршрутной сети, оборудование автобусов средствами информационного сервиса, поддержание чистоты и порядка в салоне автобусов, восстановление портальной бесконтактной автомойки, открытие автомастерской по ремонту и обслуживанию автомобилей.

Реализация предложенных мероприятий позволит муниципальному предприятию стать достойным конкурентом на рынке услуг по перевозке пассажиров на транспорте общего пользования в г. Благовещенске.

ИСТОЧНИКИ

1. Головин И.В. Карта конкуренции // Практический маркетинг. 2004. № 5. С. 26—34.
 2. Гудков В.А., Миротин Л.Б., Вельможин В.А. Пассажи́рские автомобильные перевозки. М.: Горячая линия-Телеком, 2006. 448 с.
-

Competitive Map of the Public Transport Services Market in Blagoveshchensk

Vasilieva Anzhelika Valerievna,

Candidate of economic Sciences, Head of Economics and Organizational Management Department, Amur state University; Ignatyevskoe shosse 21, Blagoveshchensk, 675027, Russian Federation (vavangel@mail.ru)

Bashtovoy Evgeny Alexandrovich,

a graduate of the training area 38.03.02 «Management», the direction (profile) of the educational program «Small Business Management», Amur State University; Ignatyevskoe shosse 21, Blagoveshchensk, 675027, Russian Federation (evgeny.bashtovoj@yandex.ru)

To manage the enterprise's competitiveness, it is necessary to have information about the presence of competitors in the market, their competitive strategies and advantages. This information allows to build a competitive map of the market that shows the position of the company in terms of its market position, systematizes the competitive advantages of enterprises. The analysis showed that municipal enterprises occupy a significant share in the market of passenger transportation on public transport. However, they lose in competitiveness. With a high demand for passenger transportation, municipal enterprises are slower than their competitors, respond to market changes, consumer demands. Comparison of enterprises on competitiveness should be based not only on objective valuation indicators, but also take into account the subjective opinion of consumers. The construction of a competitive map of the market allows combining these two criteria. An analysis of the competitiveness of enterprises for the transport of passengers on public transport in Blagoveshchensk showed that the municipal enterprise «Avtokolonna 1275» among competitors has a high level of strategic success factors and a low level of consumer estimates. To improve the competitive position of the municipal enterprise, are recommended such activities as updating the fleet, repairing buses, optimizing the route network, equipping buses with information service tools, maintaining the cleanliness and order in the bus cabin, restoring the portal non-contact car wash, opening a car repair and maintenance workshop. The implementation of the proposed measures will allow the municipal enterprise to become a worthy competitor in the market of passenger transportation services for public transport in Blagoveshchensk.

Keywords: enterprise competitiveness; strategic success factors; level of consumer estimates; competitive map of the market; increase of competitiveness of the transport enterprise.

REFERENCES

1. Golovin, I.V. (2004) Competition map. *Prakticheskiy marketing* [Practical marketing], 2004, No. 5, pp. 26—34.
2. Gudkov, V.A.; Mirotin, L.B.; Velmozhin, V.A. (2006) *Passenger motor transportation*. Moscow, Hotline-Telecom Publ., 2006, 448 p.