7. Смирнов С.В., Дежкина И.П., Поташева Г.А. Оценка организационного потенциала по принципу золотого сечения // Вестник машиностроения. – 2008. – №6. – С. 81-83.

8. Беленький В.З. О понятии «потенциал» экономической системы // Экономическая наука современной России. – 2006. – №1 (32). – С. 17-28.

9. Ефанов П. Ресурсный потенциал рыбохозяйственного комплекса // Экономист. – 2005. – №3. – С.88-92.

10. Политковская И.В., Черткова Н.В. Формирование модели оценки рыночного потенциала автотранспортного предприятия // Автотранспортное предприятие. – 2005. − №12. – С. 37-42.

11. Бедный Б., Козлов Е., Максимов Г., Хохлов А. Диагностика потенциала подготовки научных кадров вуза // Высшее образование в России. – 2003. − №4. – С.3-14.

12. Заусаев В.К., Быстрицкий С.П., Криворучко Н.Ю. Инновационный потенциал восточных регионов России // ЭКО. – 2005. − №10. – С. 40-52.

13. Жигунова О. Иерархическая структура и оценка интегрального потенциала строительного предприятия // Проблемы теории и практики управления. – 2008. − №5. – С.66-70.

14. Фасхиев Х.А., Шигапова З.Ф. Управление конкурентным потенциалом автотранспортного предприятия // Грузовое и пассажирское автохозяйство. – 2008. − №1. – С.36-43.

The research of economic system's potential estimate approaches

N.N. Chepeleva

There are three main approaches in science that are using at economic system's potential estimate. The article is devoted to basic methods in the network of these approaches and has its short descriptions.

Чепелева Наталья Николаевна – канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и управление предприятиями» Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. Основное направление научных исследований – стратегическое планирование и прогнозирование деятельности автотранспортных предприятий. Имеет более 30 опубликованных работ. E-mail: chepelevann@mail.ru

Статья поступила 22.09.2009.

УДК 656.13

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА

В.И. Белых, канд. техн. наук, доц., С.Г. Полковникова, канд. экон. наук, доц.

Аннотация. *Значение грузового автомобильного транспорта в современных условиях социально-экономических преобразований постоянно возрастает. Перевозка грузов автомобильным транспортом на небольшие и средние расстояния, дорогостоящих и особо ценных, на сегодняшний день, практически не имеет альтернатив, тем более позволяет обеспечить сохранность груза сократить затраты на транспортировку за счет отсутствия дополнительных перегрузочных операций и сокращения сроков поставки по методу от двери к двери.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность, производственный потенциал, кадровый потенциал, кадровые ресурсы.*

Введение

Развитие транспортной системы региона является одним из важнейших направлений решения социально-экономических задач, автомобильный транспорт в этой системе представляет собой наиболее массовый, маневренный и скоростной (по срокам доставки) вид транспорта. На долю автомобильного транспорта приходится 58-60% объема перевозок грузов, ежедневно на территории Российской Федерации подвижным составом автомобильного транспорта осваивается около 18 млн. тонн груза. Перевозка грузов автомобильным транспортом на небольшие и средние расстояния, дорогостоящих и особо ценных, на сегодняшний день, практически не имеет альтернатив, тем более позволяет обеспечить сохранность груза за счет отсутствия дополнительных перегрузочных операций при лояльных требованиях к упаковке.

Наиболее оптимальным способом доставки грузов для среднего и малого бизнеса, сферы услуг, высокотехнологичного производства является автомобильный транспорт, позволяющий сократить затраты на транспортировку за счет сокращения сроков поставки по методу от двери до двери.

Значение грузового автомобильного транспорта в современных условиях социально-экономических преобразований постоянно возрастает. Автомобильный бизнес на сегодняшний день является наиболее доступным и коммерчески привлекательным из-за незначительных барьеров входа на рынок, преодолеть которые не составляет трудности даже начинающим предпринимателям, что привело к увеличению количества предприятий предоставляющих клиентуре автотранспортные услуги, превышению предложения автотранспортных услуг перед имеющимся спросом и обострению конкуренции. Все это вынуждает перевозчиков направить свои усилия на разработку услуг, удовлетворяющих растущие потребности клиентуры за счет придания конкурентных преимуществ, предоставляемым услугам, с целью повышения конкурентоспособности предприятия. Тем более понятие «конкурентоспособность» в экономике XXI века используется в качестве основополагающей характеристики при оценке товара, услуги, предприятия, отрасли, региона и в целом экономической системы [2].

Исследование факторов конкурентоспособности предприятия

Оценка конкурентоспособности независимо от оцениваемого объекта должна производиться на основе определенной системы количественных и качественных показателей, характеризующих его преимущество перед аналогами и свидетельствующих о его высокой жизнеспособности [3]. Наиболее распространенными и приемлемыми являются методы экспертной оценки с последующим выполнением косвенных расчетов. На практике не редко используют метод отражений, основанный на мнении потребителей транспортной услуги оцениваемого транспортного предприятия. Не редко, применяются графоаналитические методы оценки конкурентоспособности предприятия, используя методы построения многоугольников, пирамид и сфер конкурентоспособности. Применение того или иного метода оценки конкурентоспособности предприятия может дать положительные результаты, в том случае, когда предприятие имеет достоверную информацию анализа внутренних и внешних факторов, оказывающих влияние на его деятельность. Внутренние факторы представляют собой потенциал предприятия, позволяющий иметь конкурентные преимущества на рынке. А.Н.Люкшинов представляет потенциал предприятия как совокупность его возможностей по выпуску продукции, оказанию услуг, удовлетворяющих всесторонние запросы различных категорий населения страны [1]. Однако рассматривать обособленно потенциал предприятия только с точки зрения внутренних факторов не целесообразно в связи с тем, что организационные, коммерческие, кадровые и информационные ресурсы одновременно отнесены к группам внутренних и внешних факторов, и тем более они находятся в тесной взаимосвязанной системе. Ранжирование по степени важности выделенных элементов конкурентного потенциала предприятия (рис. 1) проводилось экспертным путем, используя при этом «Дельфи-метод». При формировании группы экспертов первоначально по каждому предполагаемому эксперту определена обобщенная характеристика компетентности с учетом балла компетентности и ранга важности, а затем рассчитан средний балл компетентности группы экспертов используя следующую зависимость:

$$\overline{B} = \frac{\sum_{i}^{n} b_i R_i}{\sum_{i}^{n} R_i}, \qquad (1)$$

где b_i – балл компетентности *I* – го эксперта;

R_i – ранг «важности» эксперта;

n – число экспертов в группе.

Сформированной группе экспертов представлен набор элементов потенциала предприятия и поставлена задача, выделить наиболее существенные при оценке конкурентоспособности и проранжировать их по степени важности.

Производственные ресурсы:

- динамика выполнения плана реализации услуг;
- ритмичность работы предприятия;
- наличие резервов увеличения объемов реализации услуг.

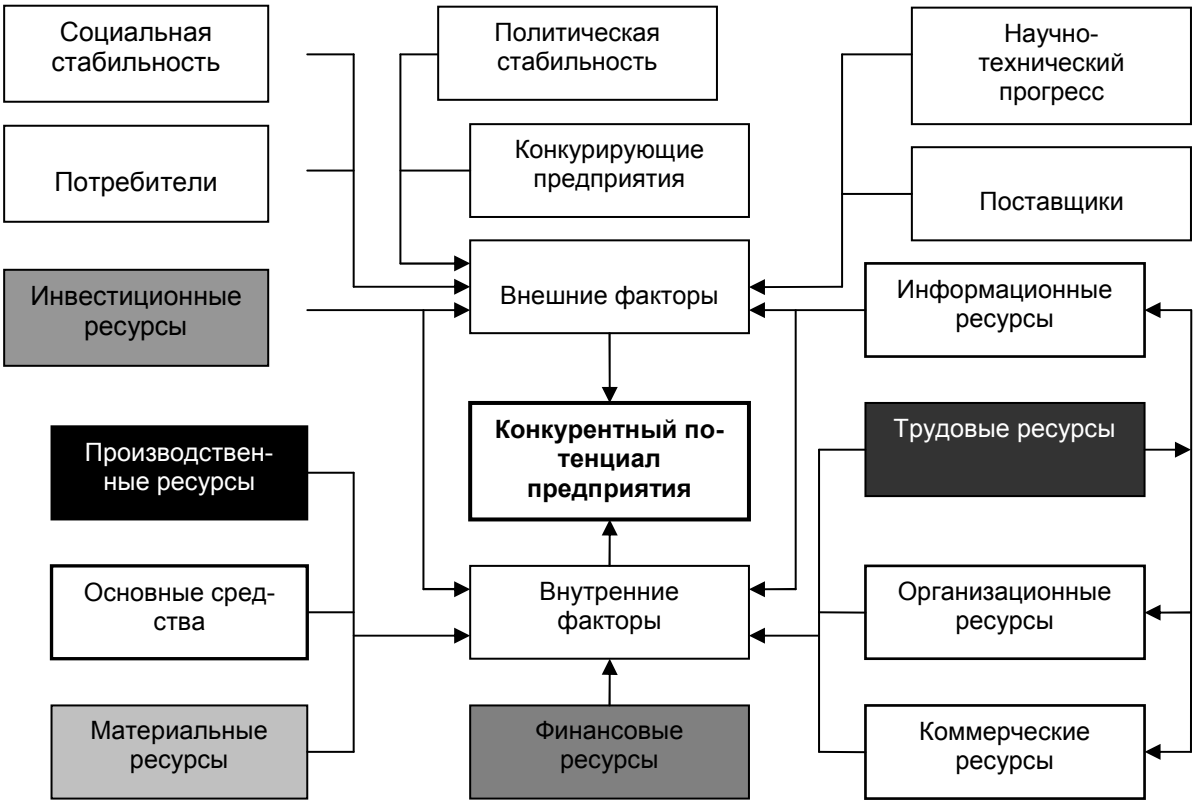


Рис. 1. Факторы, влияющие на конкурентный потенциал предприятия

Основные средства:

- обеспеченность предприятия основными средствами;
- интенсивность и эффективность использования основных производственных фондов.

Материальные ресурсы:

- обеспеченность предприятия материальными ресурсами;
- эффективность использования материальных ресурсов.

Финансовые ресурсы:

- динамика прибыли по видам деятельности;
- ценовая политика предприятия;
- рентабельность предприятия;
- себестоимость предоставляемых услуг и наличие резервов ее снижения.

Трудовые ресурсы:

- обеспеченность предприятия трудовыми ресурсами;
- эффективность использования персонала предприятия;
- интеллектуальный и образовательный уровень кадрового потенциала предприятия.

Инвестиционные ресурсы:

- объемы инвестиционной деятельности;
- эффективность финансовых вложений.

Информационные, организационные и коммерческие ресурсы не выделены в отдельные для экспертной оценки группы в связи с тем, что они являются производными трудовых ресурсов и оцениваются их интеллектуальным и образовательным уровнем.

Полученный массив экспертных оценок преобразован в ряды распределения по каждому исследуемому элементу и для каждого полученного ряда рассчитаны медиана и квартили. Величина медианы определяется:

$$M_e = x_0 + k\frac{\frac{\sum f_m}{2} - S_{m-1}}{f_m}, \qquad (2)$$

где x_0 – нижняя граница медианного интервала;

k – величина интервала;

f_m – частота медианного интервала;

S_{m-1} – сумма накопленных частот в интервалах, предшествующих медианному.

Полученная величина медианы характеризует групповое мнение экспертов, а межквартильное расстояние является показателем согласованности мнений экспертов и определяется:

$$Q_1 = x_{x_{Q_1 \min}} + k\frac{\frac{1}{4}\sum m - S_{Q_1-1}}{m_{Q_1}}, \qquad (3)$$

$$Q_3 = x_{x_{Q_3 \min}} + k\frac{\frac{1}{4}\sum m - S_{Q_3-1}}{m_{Q_3}}, \qquad (4)$$

где Q_1 и Q_3 – соответственно1-й и 3-й квартили;

x_{Q1min} – минимальная граница интервала, содержащая 1-й квартиль, которая определяется по накопленным частотам;

x_{Q3min} – то же для 3-го квартиля;

k – величина интервала;

S_{Q1-1} – накопленная частота интервала, предшествующего интервалу, содержащему 1-й квартиль;

S_{Q3-1} – то же для 3-го квартиля.

По результатам анализа экспертных оценок, выделенных элементов потенциала предприятия, построена гистограмма распределения значимости исследуемых элементов (рис. 2). Наиболее значимым элементом в исследуемом перечне являются трудовые ресурсы, затем по убыванию финансовые, производственные, материальные, основные средства и инвестиционные. Если вспомнить крылатый лозунг развитого социализма «Кадры решают все», то на сегодняшний день он остается таким же актуальным, в связи с тем, что кадровый потенциал является основой любого предприятия. В своих исследованиях, социолог Талкотт Парсонс рассматривая традиционное трехуровневое деление руководителей, определил функциональные обязанности присущие руководителям каждого уровня [4]. Управление высшего звена – институциональный уровень, принятие решений по перспективному развитию предприятия (стратегия развития предприятия). Управление среднего звена – управленческий уровень, решение внутри производственных организационных вопросов (текущая деятельность предприятия). Управление низового звена – технический уровень, обеспечение выполнения ежедневных плановых заданий по производству продукции или предоставлению услуг (оперативная деятельность предприятия). Так, что трудовые ресурсы, выступая составляющей конкурентного потенциала предприятия, одновременно являются и инструментом формирования его конкурентных преимуществ на соответствующем рынке.

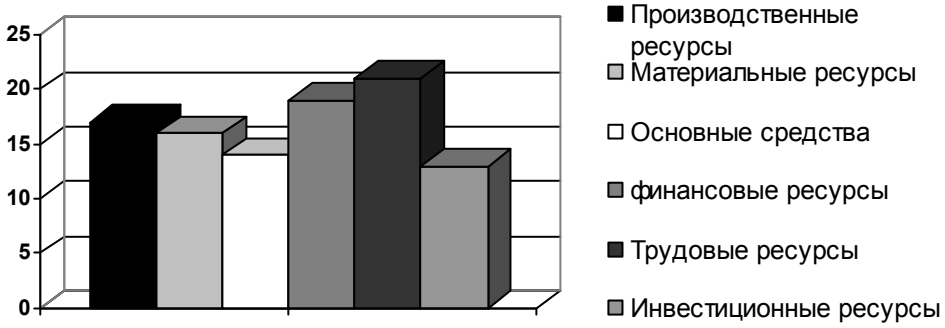


Рис. 2. Экспертная оценка факторов конкурентного потенциала предприятия

В любой сфере деятельности субъектами конкуренции всегда являются люди, соперничая между собой, они преумножают знания, накапливают навыки, умения, развивают способности к профессиональной и деловой деятельности при этом формируют свои конкурентные преимущества. И от того, как отлажена на предприятии кадровая политика, зависит достижение превосходства в конкурентной борьбе. Именно от сотрудников всех уровней управления и непосредственных исполнителей зависит эффективное превращение внутрипроизводственного потенциала, ориентированного на конъюнктуру соответствующего рынка, в конкурентный. И поэтому, управляющим высшего звена необходимо уделять особое внимание, персоналу предприятия начиная с подбора, расстановки и ротации кадров с учетом факторов формирующих кадровый потенциал. В качестве таких факторов можно выделить:

- обеспечение сотрудников и рабочих соответствующими условиями труда;
- наличие на предприятии системы морального и материального стимулирования
- соответствие образовательного и квалификационного уровня персонала должностным обязанностям;
- наличие социальной инфраструктуры, социльно-компенсационных пакетов, системы психологической адаптации персонала;
- уровень конфликтности на предприятии;

- уровень социальной ответственности, зрелости, идейной убежденности, интересов и потребностей.

В конечном итоге руководители предприятия должны располагать информацией о результативности влияния выделенных факторов на конкурентоспособность кадрового потенциала в сравнении со средними отраслевыми показателями и показателями конкурентов. В качестве таких показателей можно использовать:

Коэффициент текучести кадров ($К_{ТК}$).

$$К_{ТК} = \frac{N^{у}_{сж} + N^{у}_{рд}}{N^{сс}_{р}}, \qquad (5)$$

где $N^{у}_{сж}$ – уволившихся по собственному желанию, чел;

$N^{у}_{рд}$ – уволившиеся в связи с расторжением трудового договора по инициативе администрации, чел;

$N^{сс}_{р}$ – среднесписочное количество работающих, чел.

Коэффициент постоянства состава работающих ($К_{пр}$).

$$К_{пр} = \frac{N^{г}_{р}}{N^{сс}_{р}}, \qquad (6)$$

где $N^{г}_{р}$ - количество работников проработавших весь год, чел.

В условиях рыночной экономики оценку эффективности использования кадрового потенциала предприятия целесообразно производить через показатель производительности персонала $П_{п}$ в стоимостном выражении, исчисленный по общей сумме доходов $\sum Д_{вд}$ от всех видов деятельности к среднесписочной численности работающих $N^{сс}_{р}$.

$$П_{п} = \frac{\sum Д_{вд}}{N^{сс}_{р}}, \qquad (7)$$

Уровень производительности труда является одним из основных показателей развития предприятия, достижения конкурентных преимуществ на рынке и дает возможность определить не только объем производственной деятельности предприятия с разнородной по составу продукции или разным характером выполняемых работ, но и рассмотреть динамику объема производства и производительности труда по группе предприятий.

Вывод

Конкурентоспособность предприятий автомобильного транспорта характеризуется величиной удовлетворенного спроса клиентуры на предоставляемые услуги.

В настоящее время клиента не интересуют только перевозочные операции, ему необходим весь перечень услуг, обеспечивающий своевременную и сохранную доставку грузов из пункта отгрузки в пункт назначения с освобождением клиента от выполнения несвойственных ему операций транспортного процесса. Привлечение и закрепление клиентуры за автотранспортным предприятием зависит от профессионализма персонала коммерческого отдела, способного удовлетворить растущие потребности клиента при одновременном обеспечении рентабельности деятельности предприятия.

Библиографический список

1. Люкшинов А.Н. Стратегический менеджмент на предприятиях АПК / А.Н. Люкшинов. – М.: Колос, 1999. – 367 с.

2. Маркетинговые исследования конкурентоспособности предприятий автомобильного транспорта / С.Г. Полковникова / Вестник СибАДИ. – Омск: Полиграфический центр КАН, 2008. Выпуск 2 (8). – С. 86-90.

3. Маркетинговая деятельность на рынке транспортных услуг / В.И.Белых, С.Г. Полковникова / Вестник СибАДИ. – Омск: Полиграфический центр КАН, 2008. Выпуск 2 (8). – С. 53-60.

4. Парсонс Т. О социальных системах. – М.: Академический проект, 2002. – 832 с.

Competitiveness of the enterprises automobile transport

V.I. Belykh, S.G. Polkovnikova

The importance of cargo motor transport is constantly increasing due to modern social and economic changes. There are almost no alternatives to transportation of expensive and especially valuable cargoes at short and average distances, by motor transport. Especially it allows to provide safety of goods, reduce expenses for transportation, because there is no need in additional reloading operations and to reduce period of door-to-door delivery.

Белых Владимир Иванович– канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры «Маркетинг» Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. Основное направление научных исследований – теоретические и методологические аспекты оценки конкурентоспособности предпринимательских структур. *Имеет более 100 опубликованных работ. e-mail: belykhVI@yandex.ru*

Полковникова Светлана Геннадьевна – канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры «Общая экономика и право» Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии. Основное направление научных исследований – теоретические и методологические аспекты оценки конкурентоспособности предпринимательских структур. *Имеет 27 опубликованных работ.*

Статья принята 09 02.09г.

УДК 656.1

МАРКЕТИНГОВАЯ ОЦЕНКА РЫНКА ПОДВИЖНОГО СОСТАВА ДЛЯ ОБСЛУЖИВАНИЯ ИНВАЛИДОВ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ

Е.С. Семенова, канд. экон. наук, доц.

Аннотация. *В статье дана маркетинговая оценка рынка подвижного состава городского пассажирского транспорта для перевозок инвалидов.*

Ключевые слова: *городской пассажирский транспорт, подвижной состав, инвалиды, качество, себестоимость.*

Введение

За последние три года рынок специализированного ПС значительно вырос. Если в 2005 г. на сайтах предлагалась только одна модель (ЛиАЗ-5256 «Инвалидный» с подъемником), то в июне 2008 г. предложено 6 автобусов большого класса вместимости, 1 – среднего, 4 – малого, 6 – особо малого, 8 троллейбусов и 1 трамвай, итого 26 моделей ПС. Информация публикуется в Интернете и печати. Большинство ПС низкопольные с откидной или выдвижной наклонной рампой с принудительным снижением кузова. При опускании кузова уровень пола от дороги составляет 300 мм.

Один такой низкопольный автобус прибыл в мае 2008 г. в Омск на испытание – ЛиАЗ-5293. Предварительный тест автобуса показал, что существуют определенные трудности с установкой наклонной рампы в рабочее положение. В связи с большой массой металлической рампы для ее подъема требуется усилие в 400 Н, что по силам крепкому мужчине. В то же время существуют модели ПС с пластиковой рампой, где усилие требуется незначительное. Считаем, что целесообразно приобрести партию автобусов именно с такими рампами, о чем сообщить поставщикам. Это предложение явилось результатом испытаний пробного автобуса. Существуют модели и с выдвижной рампой. Необходимо изучить и этот вопрос.

Кроме того, настал момент замены ПС троллейбусов и трамваев в г. Омске на низкопольные модели. Тем более, что на рынке появилось достаточно моделей для выбора. Таким образом, работа, начатая в СибАДИ в 2004 г. по организации одного специализированного маршрута станет началом превращения всего г. Омска в доступную среду, включая транспортную инфраструктуру. Начинается новая эра в развитии города Омска. Это будет лучшим подарком к 300-летнему юбилею города.

Перейдем к детальному анализу некоторых моделей ПС. Транспортные средства и их модификации, предназначенные для перевозки инвалидов, должны отвечать требованиям стандартов по доступности и безопасности для инвалидов, а также требованиям нормативных документов на данные виды транспортных средств, утвержденных в установленном порядке, в том числе по безопасности. Конструкция транспортных средств должна обеспечивать беспрепятственный доступ в пассажирское помещение (салон) и безопасную поездку в нем инвалидов, передвигающихся самостоятельно или с сопровождающим лицом.

Выбор подвижного состава общественного транспорта для обслуживания инвалидов и МГН, учитывая стоимость и специфику условий эксплуатации, ограничен продукцией отечественного производства. На сегодняшний день известны два типа ПС – высокопольные автобусы, оборудованные подъемником и низкопольные, оснащенные откидной или выдвижной рампой.

Автобусная промышленность предлагает широкий спектр типовых моделей оборудованных подъемниками. Для обслуживания инвалидов в миллионном городе наиболее подходят автобусы большого класса. В г. Омске первые два автобуса ЛиАЗ-5256 «Инва-