

УДК 656.13.032

С. А. Легкий, канд. экон. наук, Е. А. Кропива**Автомобильно-дорожный институт****ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Горловка****ОБОСНОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ УСЛУГ ПАССАЖИРСКОГО
АВТОМОБИЛЬНОГО ТРАНСПОРТА НА ОСНОВЕ ЭФФЕКТИВНОЙ
ТАРИФНОЙ ПОЛИТИКИ**

Проведен анализ процессов управления конкурентоспособностью предприятий, определены их преимущества и недостатки. Предложен процесс управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта, позволяющий поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности за счет применения эффективной тарифной политики.

Ключевые слова: управление конкурентоспособностью, конкурентоспособность автотранспортной услуги, политика тарифная

Постановка проблемы

Управление конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта является сложным процессом, требующим учета большого количества факторов и показателей, необходимых для ее оценки. Как и все существующие процессы, он состоит из определенных этапов, от последовательности, состава и содержания которых будет зависеть его конечный результат – уровень конкурентоспособности автотранспортной услуги. Ошибки при установлении уровня конкурентоспособности могут привести к падению спроса на предоставляемую услугу, к потере части прибыли и даже к рассмотрению вопроса о прекращении ее предоставления. Поэтому проблема обоснования процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики является актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций

Проведенный анализ последних исследований и публикаций [1–6] показал, что большинство ученых в своих работах рассматривают процессы управления конкурентоспособностью предприятий в целом и не уделяют достаточного внимания процессу управления конкурентоспособностью товаров и услуг.

Так, авторы [1, 2] считают, что процесс управления конкурентоспособностью предприятий должен состоять из следующих этапов:

- мониторинг конкурентной среды и оценка конкурентной ситуации в отрасли и на рынке;
- диагностирование конкурентоспособности предприятия и его основных соперников;
- конкурентное позиционирование предприятия – выбор стратегических хозяйственных подразделов с преимуществами в конкурентной борьбе;
- разработка концепции и стратегии управления конкурентоспособностью предприятия;
- реализация конкурентной стратегии предприятия.

Недостатком этого процесса является то, что он не содержит такой важной функции управления конкурентоспособностью, как контроль реализации конкурентной стратегии и регулирование. Кроме этого, в процессе отсутствует этап установления целей управления конкурентоспособностью.

Устраняет недостаток представленного выше процесса Е. А. Диденко [3], дополняя его этапом контроля реализации конкурентной стратегии и регулирования. Однако представ-

ленный им процесс не содержит этапов мониторинга конкурентоспособности предприятия и установления целей управления конкурентоспособностью.

Авторы [4, 5] устраняют недостатки рассмотренных процессов управления конкурентоспособностью предприятий, кроме недостатка, заключающегося в отсутствии этапа мониторинга конкурентоспособности.

Самый совершенный процесс управления конкурентоспособностью предприятий представила в своей работе Н. А. Савельева [6]. Она считает, что управление конкурентоспособностью фирмы включает следующие этапы:

- мониторинг конкурентоспособности фирмы;
- выделение ключевых источников формирования конкурентных преимуществ фирмы;
- построение дерева целей управления конкурентоспособностью фирмы;
- формирование стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы;
- планирование мероприятий по организации стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы;
- организация выполнения мероприятий по организации стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы;
- стратегический и тактический контроль, оценка процесса реализации стратегии обеспечения конкурентоспособности фирмы.

Однако данный процесс не может быть использован для управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики по нескольким причинам.

Во-первых, между понятиями конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность услуг существуют принципиальные отличия: конкурентоспособность предприятия оценивается им самим, а конкурентоспособность услуги – потребителями; конкурентоспособность услуги исследуется и оценивается во временном интервале, соответствующем жизненному циклу услуги, а конкурентоспособность предприятия – соответствующему периоду функционирования предприятия; конкурентоспособность услуги рассматривается применительно к каждому ее виду, а конкурентоспособность предприятия охватывает весь перечень услуг, эффективность сбыта и продвижения, производственной деятельности, уровень финансового положения предприятия [7, 8].

Во-вторых, рассмотренные процессы управления конкурентоспособностью предполагают воздействие на все ее факторы, а не на один.

Цель статьи – обосновать состав, последовательность и содержание этапов процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики.

Изложение основного материала исследования

Основой управления конкурентоспособностью услуг является управление факторами конкурентоспособности. Воздействуя на факторы конкурентоспособности, предприятие может управлять уровнем конкурентоспособности предоставляемых услуг, улучшая свои конкурентные позиции на рынке. В нашем случае управление конкурентоспособностью услуг осуществляется за счет воздействия только на один фактор конкурентоспособности – тариф. Поэтому управление конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики является одним из аспектов управления процессом тарифообразования.

На основании результатов анализа существующих процессов управления конкурентоспособностью предприятий и организаций, разработанного процесса установления тарифов на услуги пассажирского автомобильного транспорта (тарифообразования) [9], предлагается

следующий алгоритм процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики (рисунок 1).

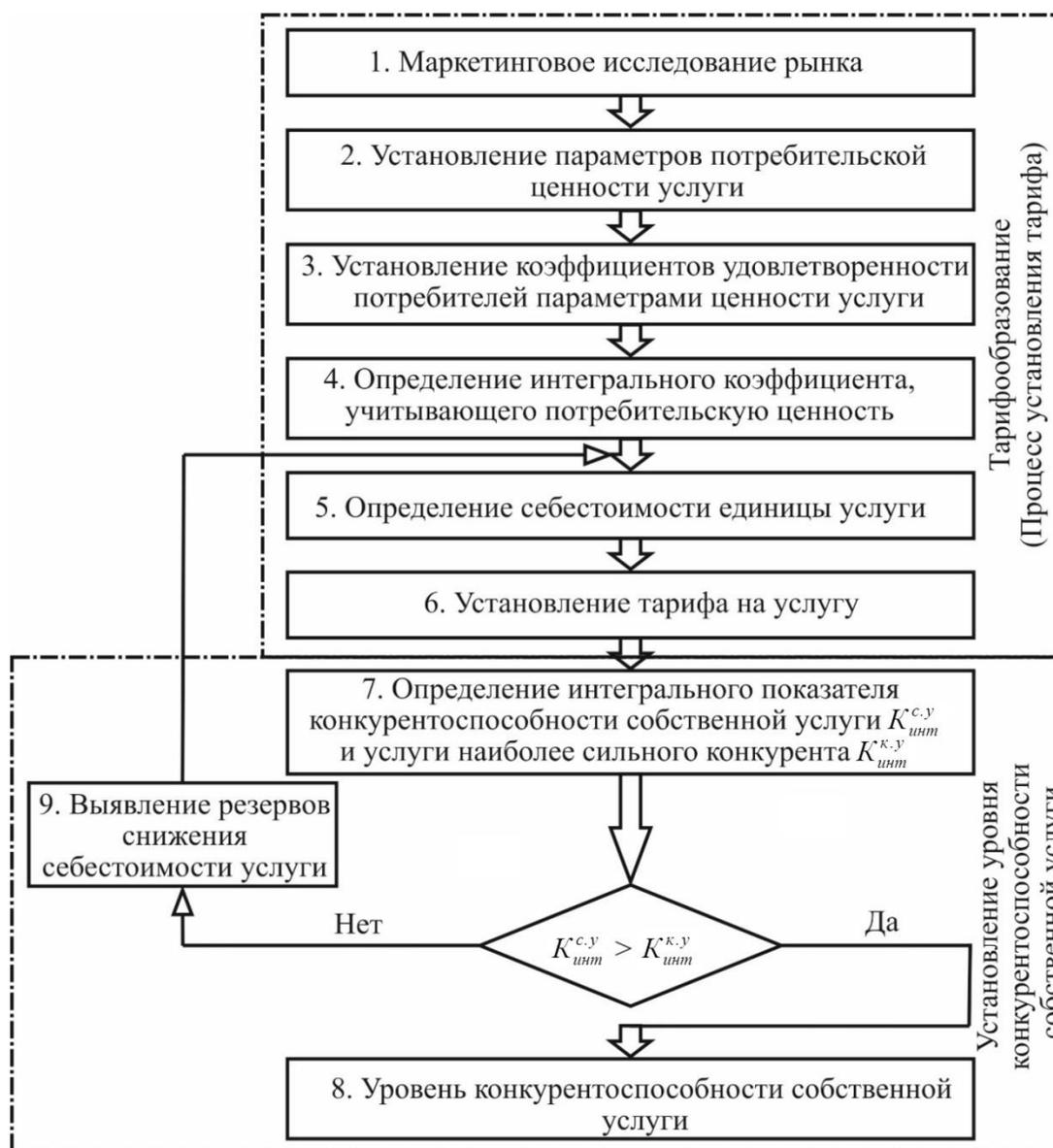


Рисунок 1 – Схема алгоритма процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики

Этапы 1–6 предлагаемого процесса управления конкурентоспособностью представляют собой процесс установления тарифов на услуги пассажирского автомобильного транспорта, приведенный в [9]. Приведем краткое содержание этих этапов.

На первом этапе проводилось маркетинговое исследование рынка с целью сбора, обработки и анализа информации, необходимой для установления параметров потребительской ценности услуги и расчета ее себестоимости. Дополнительно на этом этапе необходимо собирать, обрабатывать и анализировать информацию о конкурентах для анализа конкуренции и расчета интегрального показателя конкурентоспособности их услуг, а также о внутренней среде предприятия для анализа собственных затрат на перевозку пассажиров.

Маркетинговое исследование проводилось на городском автобусном маршруте № 35 г. Горловки в рамках выполнения магистерской диссертации на тему «Управление конкурентоспособностью пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики».

На втором этапе устанавливались параметры потребительской ценности услуги. В результате проведения экспертного опроса и обработки его данных было установлено, что для автобусного маршрута № 35 параметрами потребительской ценности являются: время начала и окончания работы маршрута, время рейса, эксплуатационная скорость, интервалы движения в час пик и межпиковое время, количество автобусов на маршруте и их вместимость.

На третьем этапе устанавливались коэффициенты удовлетворенности потребителей параметрами ценности услуги. Для автобусного маршрута № 35 эти коэффициенты составляют: время начала работы маршрута – 0,87; время окончания работы маршрута – 0,22; время рейса – 0,93; эксплуатационная скорость – 0,96; интервал движения в час пик – 0,21; интервал движения в межпиковое время – 0,47; количество автобусов на маршруте – 0,38; вместимость автобусов – 0,91.

На четвертом этапе определялся интегральный коэффициент, учитывающий потребительскую ценность. Для автобусного маршрута № 35 он равен 0,53.

На пятом этапе определялась себестоимость единицы услуги. Для автобусного маршрута № 35 себестоимость единицы услуги равна 6,03 руб/пасс.

На шестом этапе устанавливался тариф на услугу. Для автобусного маршрута № 35 тариф на услугу равен 7,1 руб. С учетом наименьшего номинала денежных знаков тариф на услугу округляем до 7,5 руб.

На седьмом этапе определялся интегральный показатель конкурентоспособности собственной услуги и услуги наиболее сильного конкурента.

Предлагается интегральный показатель конкурентоспособности услуги рассчитывать по формуле [1]:

$$K_{инт} = \frac{I_{ТП}}{I_{ЭП}}, \quad (1)$$

где $I_{ТП}$ – индекс технических параметров услуги (индекс качества);

$I_{ЭП}$ – индекс экономических параметров услуги (индекс тарифов).

Индекс технических параметров услуги определяется по формуле

$$I_{ТП} = \frac{K}{K_{об}}, \quad (2)$$

где K – коэффициент качества обслуживания пассажиров оцениваемой услуги;

$K_{об}$ – коэффициент качества обслуживания пассажиров услуги-образца.

Индекс экономических параметров услуги определяется по формуле

$$I_{ЭП} = \frac{T}{T_{об}}, \quad (3)$$

где T – тариф оцениваемой услуги;

$T_{об}$ – тариф услуги-образца.

При этом в качестве услуги-образца, относительно которой определяется интегральный показатель конкурентоспособности, рекомендуется принимать «идеальную» услугу, имеющую, согласно существующим нормативам, образцовый уровень качества обслуживания пассажиров [10] и минимальный тариф на перевозку пассажиров.

Наиболее сильным является конкурент, имеющий максимальное фактическое значение интегрального коэффициента качества обслуживания пассажиров [10].

В результате обработки данных маркетингового исследования, проводимого на маршруте № 35 было установлено, что по таким технико-эксплуатационным показателям, как

время работы маршрута, интервал движения автобусов и процент дублирования (совмещения) трасс маршрутов, основными конкурентами маршрута № 35 являются городские автобусные маршруты № 2 «ул. Гречнева – Бессарабка», № 24 «Химзавод – ж/м Строитель» и № 100 «ст. Никитовка – пос. Комарова».

Для маршрутов-конкурентов маршрута № 35 были определены показатели качества обслуживания пассажиров, а также установлены нормативные значения показателей качества обслуживания пассажиров для «идеального» маршрута (таблица 1).

Таблица 1 – Определение интегрального коэффициента качества обслуживания пассажиров на маршруте № 35 и маршрутах-конкурентах

№ п/п	Наименование показателей	Номер маршрута				
		35	2	24	100	Идеал
1	Фактический коэффициент наполнения автобусов, γ_{ϕ}	0,95	1,05	0,95	1,15	–
2	Коэффициент относительного наполнения автобуса, K_{γ}	0,8	0,72	0,8	0,66	1,0
3	Коэффициент относительных затрат времени на передвижение, K_t	0,85	1,0	1,0	1,0	1,0
4	Коэффициент регулярности движения, K_p	1,0	1,0	1,0	1,0	0,98
5	Коэффициент динамического изменения уровня ДТП, $K_{б.д}$	0,81	0,88	0,81	0,9	0,98
6	Интегральный коэффициент качества обслуживания пассажиров, $K_{к.о}$	0,55	0,63	0,65	0,59	0,96
7	Тариф, руб.	10,0	10,0	10,0	10,0	10,0

Анализ данных таблицы 1 позволяет сделать вывод, что по интегральному коэффициенту качества обслуживания пассажиров наиболее сильным конкурентом маршрута № 35 является маршрут № 24.

Далее определяем интегральный показатель конкурентоспособности собственной услуги и услуги наиболее сильного конкурента.

Индекс технических параметров услуг (параметров качества) равен:

– на маршруте № 35:

$$I_{\text{тп}} = \frac{0,55}{0,96} = 0,57;$$

– на маршруте № 24:

$$I_{\text{тп}} = \frac{0,65}{0,96} = 0,68.$$

Индекс экономических параметров услуг (параметров тарифов) равен:

– на маршруте № 35:

существующий:

$$I_{\text{эк}} = \frac{10}{10} = 1,0;$$

после применения эффективной тарифной политики:

$$I_{\text{эк}} = \frac{7,5}{10} = 0,75;$$

– на маршруте № 24:

$$I_{\text{эк}} = \frac{10}{10} = 1,0.$$

Интегральный показатель конкурентоспособности услуг равен:

– на маршруте № 35:

существующий:

$$K_{\text{инт}} = \frac{0,57}{1,0} = 0,57;$$

после применения эффективной тарифной политики:

$$K_{\text{инт}} = \frac{0,57}{0,75} = 0,76;$$

– на маршруте № 24:

$$K_{\text{инт}} = \frac{0,68}{1,0} = 0,68.$$

Далее производится сравнение интегрального показателя конкурентоспособности собственной услуги $K_{\text{инт}}^{c.y}$ и услуги наиболее сильного конкурента $K_{\text{инт}}^{к.у}$.

Если $K_{\text{инт}}^{c.y} > K_{\text{инт}}^{к.у}$, то собственная услуга является более конкурентоспособной и уровень ее конкурентоспособности остается без изменения (выполняется восьмой этап).

Если $K_{\text{инт}}^{c.y} < K_{\text{инт}}^{к.у}$, то собственная услуга является менее конкурентоспособной и уровень ее конкурентоспособности необходимо повысить.

Для этого предусмотрен девятый этап – выявление резервов снижения себестоимости услуги. На этом этапе проводится анализ себестоимости услуги и определяются все возможные пути ее снижения (экономия горюче-смазочных и других эксплуатационных материалов; использование менее дорогих эксплуатационных материалов; снижение расходов на техническое обслуживание и текущий ремонт; снижение общехозяйственных расходов; выбор оптимальных поставщиков всех видов материальных ресурсов и т. д.).

После определения конкретных мероприятий по снижению себестоимости услуги повторяется выполнение пятого этапа, во время которого рассчитывается величина себестоимости единицы услуги, полученная в результате внедрения указанных мероприятий.

Далее выполняются этапы 6 и 7.

Если снижение себестоимости услуги не приводит к выполнению условия $K_{\text{инт}}^{c.y} > K_{\text{инт}}^{к.у}$ (собственная услуга остается неконкурентоспособной), то необходимо на шестом этапе снизить величину тарифа до выполнения этого условия, однако не ниже, чем $1,096 \cdot S_{\text{усл}}$.

Проведенные расчеты показывают, что интегральный показатель конкурентоспособности собственной услуги $K_{\text{инт}}^{c.y}$ при тарифе за перевозку 7,5 руб. больше интегрального показателя конкурентоспособности услуги конкурента $K_{\text{инт}}^{к.у}$ ($0,76 > 0,68$), поэтому собственная услуга является более конкурентоспособной и уровень ее конкурентоспособности и тариф остается без изменения.

В результате применения разработанного механизма управления конкурентоспособностью услуг удалось повысить интегральный показатель конкурентоспособности услуги по перевозке пассажиров на городском автобусном маршруте № 35 г. Горловки с 0,57 до 0,76

(на 33,3 %), что подтверждает эффективность этого механизма, а также применяемой тарифной политики.

Выводы

Обоснован состав, последовательность и содержание этапов процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики. Новизна данного научного результата заключается в высокой гибкости процесса управления конкурентоспособностью услуг, которая обеспечивается определенным диапазоном изменения тарифа. Кроме этого, предлагаемый процесс позволяет поддерживать оптимальный уровень конкурентоспособности услуг, не нарушая интересов автотранспортных предприятий и пассажиров.

Список литературы

1. Управление конкурентоспособностью предприятия / С. М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабась [и др.] – Киев : КНЭУ, 2006. – 527 с.
2. Павлова, В. А. Система управління конкурентоспроможністю підприємства / В. А. Павлова, Р. В. Губарєв // Європейський вектор економічного розвитку. – 2014. – № 2(17). – С. 168–176.
3. Діденко, Є. О. Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / Є. О. Діденко, П. І. Жураківський. – Текст : електронний // Ефективна економіка : електронний журнал. – 2017. – № 5. – URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5590>.
4. Гранатуров, В. М. Управление конкурентоспособностью предприятий / В. М. Гранатуров, И. А. Кораблинова. – Одесса : ОНАС, 2016. – 152 с. – ISBN 978-617-582-037-7.
5. Лысова, Е. А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг / Е. А. Лысова // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Экономические науки. – 2014. – № 2(192). – 88–97.
6. Савельева, Н. А. Управление конкурентоспособностью фирмы / Н. А. Савельева. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2009. – 382 с. – ISBN 978-5-222-16227-9.
7. Бурланков, С. П. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы обслуживания и оказания транспортных услуг как элемент инновационного развития / С. П. Бурланков, И. Е. Ильина, А. Е. Скворцов // Общество: политика, экономика, право. – 2011. – № 3. – С. 85–91.
8. Чорна, Л. О. Стратегічне управління конкурентоспроможністю підприємства – система взаємозв'язку якісних та кількісних показників розвитку / Л. О. Чорна, Н. Ю. Чорна // Інвестиції: практика та досвід. – 2015. – № 3. – С. 15–18.
9. Легкий, С. А. Методика установления гибких тарифов на услуги пассажирского автомобильного транспорта / С. А. Легкий, Е. А. Кропива // Вести Автомобильно-дорожного института = Bulletin of the Automobile and Highway Institute. – 2019. – № 4(31). – С. 70–79.
10. Большаков, А. М. Повышение качества обслуживания пассажиров и эффективности работы автобусов / А. М. Большаков, Е. А. Кравченко, С. Л. Черникова. – Москва : Транспорт, 1981. – 206 с.

С. А. Легкий, Е. А. Кропива

Автомобильно-дорожный институт

ГОУВПО «Донецкий национальный технический университет», г. Горловка

Обоснование процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики

Актуальность изучения проблемы обоснования процесса управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики обусловлена тем, что этот процесс является очень сложным и требует учета большого количества факторов. Недостаточное внимание к этим факторам может привести к ошибкам при установлении уровня конкурентоспособности услуги, падению спроса, к потере части прибыли и даже к рассмотрению вопроса о прекращении ее предоставления.

Проведенный анализ последних исследований и публикаций показал, что большинство ученых в своих работах рассматривают процессы управления конкурентоспособностью предприятий и организаций в целом и не уделяют достаточного внимания процессу управления конкурентоспособностью товаров и услуг. Представленные в их работах процессы не могут быть использованы для управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики по нескольким причинам. Во-первых, между понятиями конкурентоспособность предприятия и конкурентоспособность услуг суще-

ствуют принципиальные отличия. Во-вторых, рассмотренные процессы управления конкурентоспособностью предполагают воздействие на все ее факторы, а не на один.

На основании результатов анализа существующих процессов управления конкурентоспособностью предприятий и организаций, с использованием разработанного процесса установления тарифов, предлагается процесс управления конкурентоспособностью услуг пассажирского автомобильного транспорта на основе эффективной тарифной политики, состоящий из следующих этапов: этапы 1–6 представляют собой процесс установления тарифов на услуги пассажирского автомобильного транспорта; седьмой этап – определение интегрального показателя конкурентоспособности собственной услуги и услуги наиболее сильного конкурента; восьмой этап – установление конкурентоспособности собственной услуги; девятый этап – выявление резервов снижения себестоимости услуги.

Предлагаемый процесс отличается высокой гибкостью управления конкурентоспособностью услуг, которая обеспечивается широким диапазоном изменения тарифа. Кроме этого, предлагаемый процесс позволяет поддерживать необходимый уровень конкурентоспособности услуги, не нарушая интересов автотранспортных предприятий и пассажиров. Разработанный процесс может быть использован для управления конкурентоспособностью услуг других видов транспорта, с учетом особенностей установления тарифов на перевозки.

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ АВТОТРАНСПОРТНОЙ УСЛУГИ, ПОЛИТИКА ТАРИФНАЯ

S. A. Legkii, E. A. Kropiva

Automobile and Road Institute of Donetsk National Technical University, Gorlovka
Substantiation of the Competitiveness Management Process of the Road Passenger Transport Services Based on the Effective Tariff Policy

Actuality of the study of the problem substantiation of the competitiveness management process of the road passenger transport services based on the effective tariff policy is due to the fact that this process is very complex and requires accounting of a large number of factors. Lack of attention to these factors can lead to errors in leveling the service competitiveness, to a recession in demand, loss of the profit share, and even consideration of its provision cessation.

The analysis of recent studies and publications has shown that most scientists in their works consider the competitiveness management process of enterprises and organizations in general and do not pay enough attention to the competitiveness management process of goods and services. The processes presented in their works cannot be used to manage the competitiveness of road passenger transport services based on the effective tariff policy for several reasons. Firstly, there are fundamental differences between the concepts of the enterprise competitiveness and service competitiveness. Secondly, the considered competitiveness management processes involve an impact on all its factors, and not on one of these.

Based on the analysis of existing competitiveness management process of enterprises and organizations, using the developed tariff setting process, the competitiveness management process of road passenger transport services on the basis of the effective tariff policy is proposed. It consists of the following stages: stages 1–6 are the process of setting tariffs for road passenger transport services; the seventh stage is the determination of the integral indicator of the competitiveness of own service and services of the strongest competitor; the eighth stage is to set the competitiveness of own services; the ninth stage is the identification of reserves to reduce the cost of services.

The proposed process is highly flexible in the management of competitive services, which are provided by a wide range of tariff changes. In addition, the proposed process allows to maintain the necessary level of the service competitiveness, without violating the interests of road transport companies and passengers. The developed process can be used to manage the service competitiveness of other transport modes, taking into account peculiarities of setting tariffs for transportation.

COMPETITIVENESS MANAGEMENT, ROAD TRANSPORT SERVICE COMPETITIVENESS, TARIFF POLICY

Сведения об авторах:

С. А. Легкий

SPIN-код: 6047-7196
 SCOPUS ORCID ID: 0000-0003-0049-578X
 Телефон: +380 (71) 316-84-49
 Эл. почта: LegkiySA@mail.ru

Е. А. Кропива

Телефон: +380 (71) 384-74-48
 Эл. почта: kropiva@list.ru

Статья поступила 06.02.2020

© С. А. Легкий, Е. А. Кропива, 2020

Рецензент: М. М. Гуменюк, канд. экон. наук, доц., АДИ ГОУВПО «ДОННТУ»