

РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНИХ ЭТАПОВ ВИРОБНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ільченко В.Ю., кандидат економічних наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна

THE MAIN STAGES REALIZATION OF THE TRANSPORT ENTERPRISE'S PRODUCTION STRATEGY

Ishchenko V. J., Ph.D, National Transport University, Kyiv, Ukraine

РЕАЛИЗАЦИЯ ОСНОВНИХ ЭТАПОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СТРАТЕГИИ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Ильченко В.Ю., кандидат экономических наук, Национальный транспортный университет, Киев, Украина

Постановка проблеми. Удосконалення господарського механізму, його орієнтація на забезпечення збалансованості й ефективності використання виробничого потенціалу, потребують вирішення практичних проблем, пов'язаних з оптимальним функціонуванням українських автотранспортних підприємств в сучасних ринкових умовах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проведений аналіз показав, що чимало закордонних та вітчизняних авторів досліджувало прийоми і принципи маркетингу, розробляло стратегії і тактики маркетингової діяльності на підприємстві. Серед них можна відзначити роботи таких авторів як Ф. Котлер, В. Руделіус, Г. Армстронг, Д. Дей, Б. Берман, Дж. Еванс, М. Портер, С.С. Гаркавенко, І.Н. Герчикова, П.С. Зав'ялов, В.Г. Герасимчук, Є.П. Голубков, С.В. Скибінський, Л.А. Мороз, Н.І. Чухрай, О.М. Азарян та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В результаті дослідження було виявлено, що основні напрями маркетингової діяльності розроблені стосовно суб'єктів ринку в промисловості і їх не можна безпосередньо перенести на виробничу діяльність вантажних автотранспортних підприємств (АТП) з причини специфіки автомобільного транспорту. Тому потрібно поглиблено дослідити питання, спрямовані на удосконалення методів внутрішньо-господарського управління й планування та покращення використання рухомого складу й матеріальних ресурсів вантажного АТП.

Мета статті. Підвищити ефективність використання виробничого потенціалу автотранспортного підприємства шляхом удосконалення деяких етапів реалізації його виробничої стратегії.

Виклад основного матеріалу. Складні умови бізнесу в Україні та посилення пріоритету інтересів споживача в системі економічних відносин об'єктивно призвели до того, що якість, а не обсяг виробленої транспортної продукції, стає головним засобом досягнення успіху для підприємств, що працюють на ринку автоперевезень. Тому концепція діяльності автотранспортних підприємств повинна бути орієнтована на споживача. Це передбачає спрямованість діяльності транспортного підприємства на встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами. Сучасні інформаційні технології дають змогу пропонувати споживачам найбільш пристосовані до їх бажань транспортні послуги високої якості і за низькими цінами [1].

Виробнича стратегія АТП формулюється на основі її довгострокової стратегії. Вибір оптимальної довгострокової стратегії – процес ітеративний. Цілі підприємства не можна сформулювати до розгляду можливих стратегій, прогнозів, оцінки внутрішнього потенціалу і навпаки. Крім того, вибір оптимальної стратегії залежить від політики розвитку (активної чи пасивної) транспортного підприємства [2].

Активну політику ведуть фірми, які здійснюють розширення сфери і видів транспортної продукції (робіт, послуг), випереджаючи в цьому конкурентів. Фірми, які не спроможні на це, ведуть пасивну політику розвитку [2].

Для вантажного АТП можна виділити такі три виробничі стратегії. Перша – інноваційна (перепрофілююча), пов'язана з втратою конкурентоспроможності транспортної продукції й необхідністю переорієнтації АТП на виробництво нових видів послуг (робіт), що потребує значних капітальних інвестицій, перепрофілювання потужностей, встановлення нових зв'язків з

постачальниками та інших змін. Друга – модернізуюча, використовується при появі можливостей значного покращення споживчих якостей транспортних послуг (робіт) АТП з відносно невеликими капітальними інвестиціями. Третя – стабілізуюча, використовується, коли попит на транспортну продукцію підприємства стійкий і буде стабільним на протязі певного періоду, що дозволить транспортному підприємству накопичити фінансові ресурси для реалізації різних варіантів інноваційної або модернізуючої стратегій [3].

Вибір виробничої стратегії вантажного АТП базується на сегментуванні ринку автоперевезень (виділенні окремих груп споживачів), обранні цільового ринку (найбільш вигідна група сегментів ринку) та розрахунках місткості й частки фірми на ньому, визначенні технічного стану транспортних засобів, виробничих потужностей автопарку, виробничої програми, середнього віку та необхідної кількості транспортних засобів.

Технічний рівень і склад транспортних засобів багато в чому визначають провізну спроможність парку. Тому, як показали проведені дослідження, розрахунок провізної спроможності в розрізі марок рухомого складу необхідно починати з оцінки технічного стану транспортних засобів, яка і визначає величину коефіцієнта технічної готовності (α_r).

Розробка виробничої програми враховує, з однієї сторони, величину провізної спроможності автотранспортного підприємства, тобто максимально можливий обсяг виробництва транспортної продукції (робіт, послуг), а з іншої – показники, отримані підчас дослідження ринку транспортних послуг.

Виходячи з того, що певні вихідні дані мають імовірнісний характер, необхідно розраховувати декілька варіантів виробничої програми. Обраний варіант слід проаналізувати на можливість реалізації транспортної продукції (робіт, послуг) потенційним споживачам і розрахувати (на основі середніх цін) можливі фінансові показники.

Існуючий «портфель замовлень підприємства» дає можливість керівництву АТП при низькому попиту на послуги розробити більш ефективну комунікаційну політику, якщо ж попит на вантажні перевезення перевищує пропозицію – провести аналіз щодо пошуку матеріальних і фінансових засобів для розширення або технічного переозброєння основних фондів підприємства, рис. 1.

Процеси розширення й технічного переозброєння АТП безпосередньо впливають на вік (строк експлуатації) рухомого складу, який, у свою чергу, визначає коефіцієнт технічної готовності та провізну спроможність парку. У міру старіння автомобілів знижується коефіцієнт технічної готовності парку, збільшуються затрати на ремонтні роботи, запасні частини та матеріали.

Старі автомобілі є й джерелом підвищеної небезпеки. Саме через несправний технічний стан транспортних засобів щорічно в Україні відбувається до 20% ДТП. Пояснення цьому – зменшення коефіцієнта безпеки автомобіля, що для нового автомобіля становить 1,0, для п'ятирічного – 0,7-0,8, для десятирічного – 0,4-0,5 [5].

Станом на кінець 2012 року середній вік транспортних засобів України склав 18,2 року (у 2011 році цей показник становив 17,7 років). На сьогодні 6 із 10 дорожніх транспортних засобів старші 10 років. Проте законодавством встановлено нормативний експлуатаційний термін служби автомобіля 8 років [5].

Тривала експлуатація вантажних автомобілів також призводить до збільшення токсичних викидів в атмосферне повітря, зокрема двоокису вуглецю (CO_2). Токсичні викиди відпрацьованих газів двигунів ростуть швидше фізичного зносу і старіння автомобілів. Тільки у перші три роки їх експлуатації можна підтримувати гранично допустимий рівень шкідливих викидів [6].

За даними Національного кадастру антропогенних викидів України в 2012 році в категорії «Енергетика» викиди CO_2 в атмосферне повітря, що утворилися внаслідок спалювання палива автомобільним транспортом, становили 13,2% всіх викидів двоокису вуглецю [7].

У процесі експлуатації середній вік автопарку безперервно змінюється: збільшується у міру старіння основної частини парку і зменшується внаслідок списання старих та придбання нових автомобілів. Проте, цей процес не повинен бути стихійним. При відсутності управління віковим складом автомобільного парку він може стати повністю непридатним і його подальша експлуатація буде збитковою для транспортного підприємства.

Алгоритм, що дозволяє управляти, як віком транспортних засобів, так і його кількістю в залежності від обраної виробничої стратегії, представлений на рис. 2.

Формули, подані у алгоритмі, отримані в результаті певних перетворень рівняння балансу вікового складу парку автомобілів запропонованого Ю. Б. Тагановим [8].



Рисунок 1 – Планування виробничої стратегії вантажного АТП з урахуванням потреб споживачів

Заключний етап реалізації виробничої стратегії вантажного АТП – аналіз задоволеності потреб споживачів. Його пропонується проводити за допомогою розрахунків коефіцієнта задоволення ринкового попиту та інтегрального коефіцієнта рівня задоволеності потреб споживачів.

Коефіцієнт задоволення ринкового попиту $k_{зп}$ розраховуємо за формулою:

$$k_{зп} = \frac{П}{r_n \cdot M}, \quad (1)$$

де: $П$ – виробнича потужність вантажного автотранспортного підприємства;

r_n – частка ринку автотранспортного підприємства;

M – місткість ринку вантажних перевезень.

Перелік показників інтегрального коефіцієнта рівня задоволеності потреб споживачів залежить від послуги, що досліджується. Паралельно визначають коефіцієнти вагомості (значущості) кожного показника (v_i) за допомогою методу експертних оцінок $\left(\sum_{i=1}^n v_i = 1 \right)$.

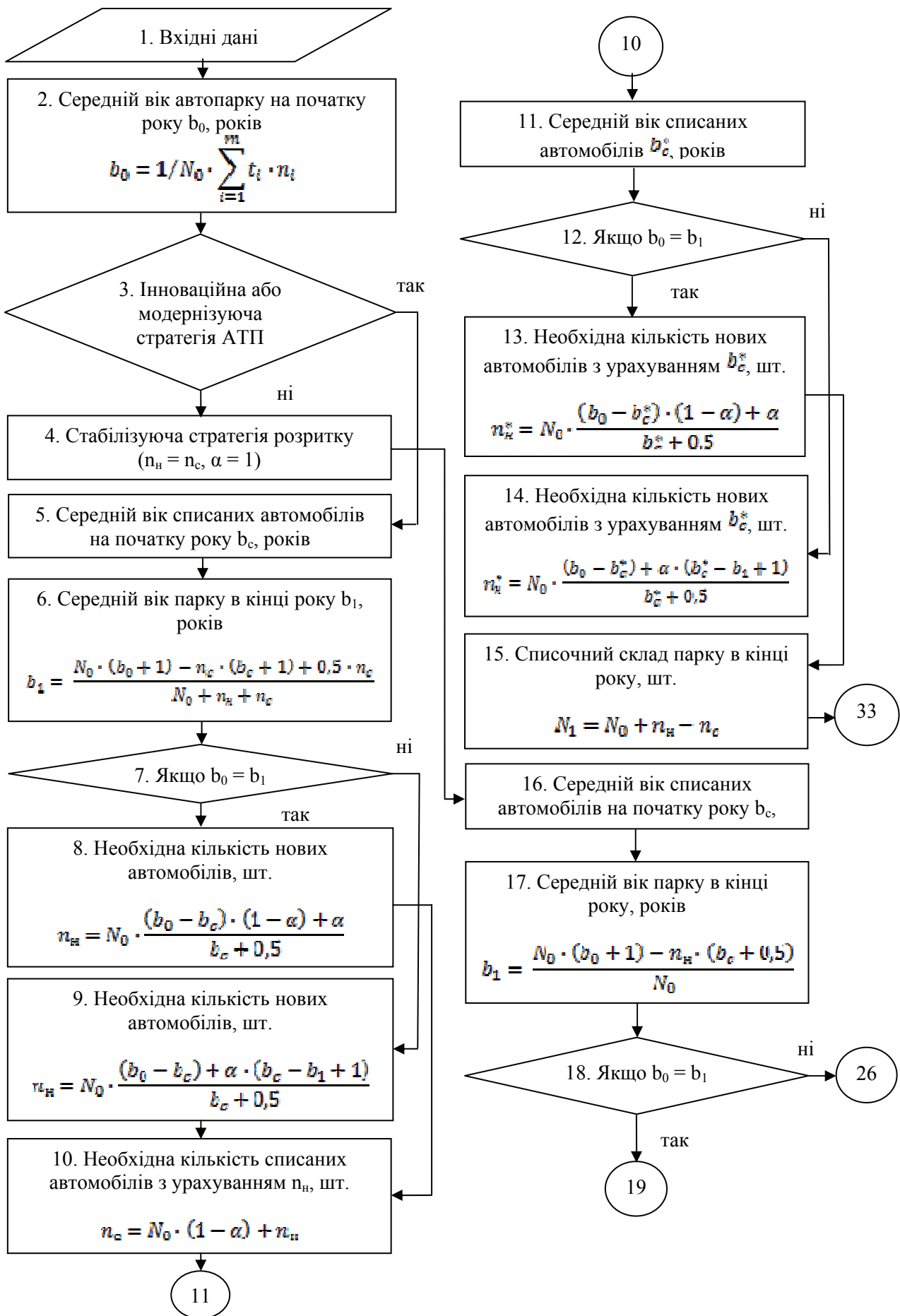
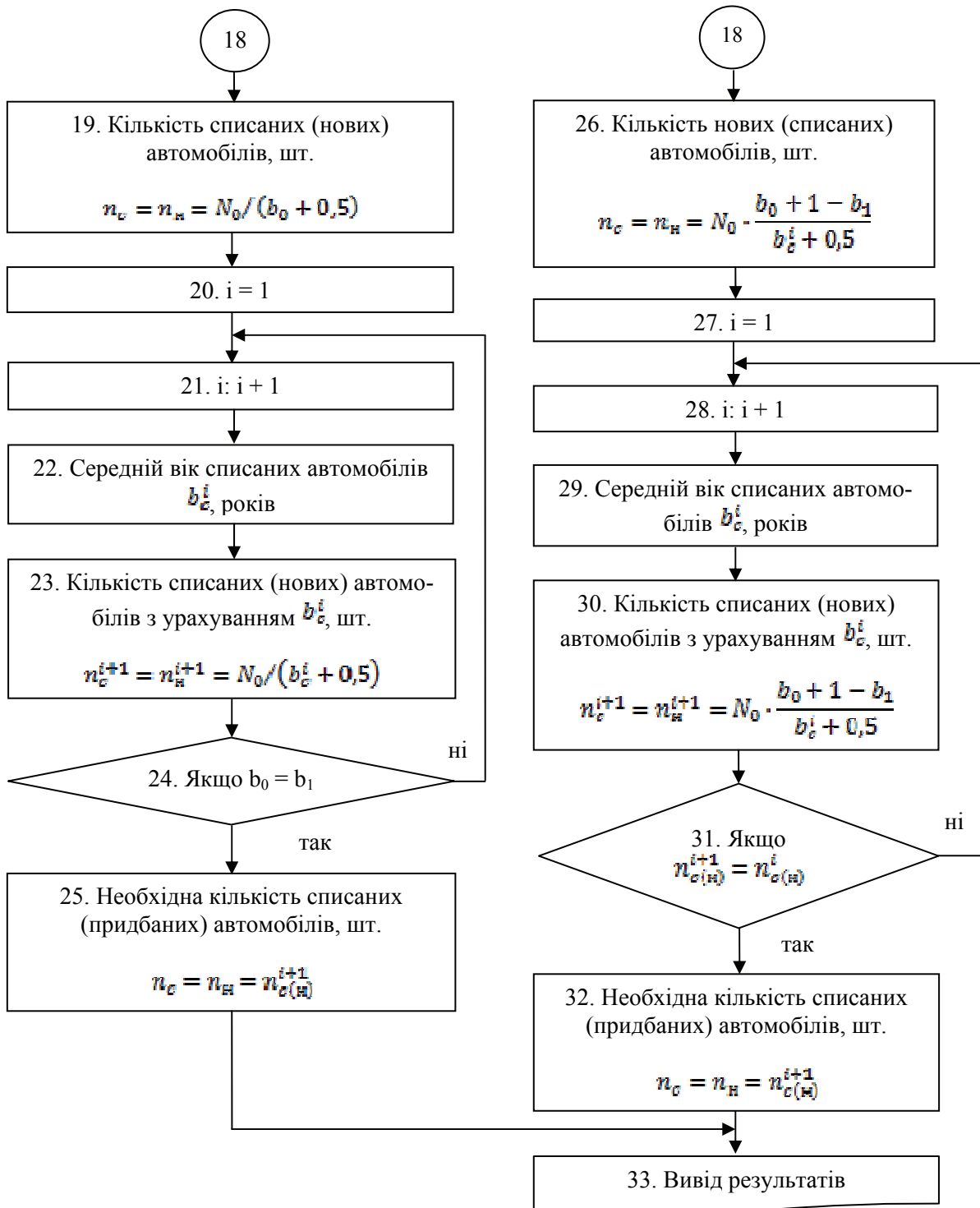


Рисунок 2 – Алгоритм розрахунку середнього віку та необхідної кількості транспортних засобів



Продовження рисунку 2 – Алгоритм розрахунку середнього віку та необхідної кількості транспортних засобів

Пояснювальні дані до рисунку 2:

N_0 – загальна кількість автомобілів у парку на початку року;

t_i – вік автомобілів;

n_i – кількість автомобілів певного віку;

n_n – кількість нових автомобілів;

n_c – кількість списаних автомобілів;

α – коефіцієнт приросту автопарку;

b_0 – середній вік автопарку на початку року;

b_1 – середній вік автопарку в кінці року.

Розрахунок інтегрального коефіцієнта рівня задоволеності потреб споживачів $R_{ЗПС}$ для такої послуги, як вантажні автомобільні перевезення, має вигляд:

$$R_{ЗПС} = v_1 \cdot R_{ВЗ} + v_2 \cdot R_{ПО} + v_3 \cdot R_{СО} + v_4 \cdot R_{ЗВ}, \quad (2)$$

де: $R_{ВЗ}$ – показник виконання замовлень за типом рухомого складу;

$R_{ПО}$ – показник повноти транспортного обслуговування;

$R_{СО}$ – показник своєчасності транспортного обслуговування;

$R_{ЗВ}$ – показник збереження вантажу.

Показник виконання замовлень за типом рухомого складу (РС) знаходимо за формулою:

$$R_{ВЗ} = \frac{\sum_{i=1}^n Q_{ОЗ} - \sum_{i=1}^n Q_{НЗ}}{\sum_{i=1}^n Q_{ОЗ}}, \quad (3)$$

де: $Q_{ОЗ}$, $Q_{НЗ}$ – відповідно обсяг замовлень та обсяг неприйнятих замовлень за типом РС, грн.;

n – кількість наявних типів рухомого складу у вантажного АТП.

Показник повноти транспортного обслуговування визначаємо із співвідношення:

$$R_{ПО} = \frac{Q_{Ф}}{Q_{Д}}, \quad (4)$$

де: $Q_{Ф}$, $Q_{Д}$ – відповідно обсяг перевезень фактичний і за договором.

Показник своєчасності транспортного обслуговування розраховуємо наступним чином:

$$R_{СО} = \frac{K_{ПД} - K_{ЗП}}{K_{ПД}}, \quad (5)$$

де: $K_{ПД}$, $K_{ЗП}$ – відповідно кількість подач за договором та кількість зривів подач.

Показник збереження вантажу знаходимо із співвідношення:

$$R_{ЗВ} = \frac{B_{ПВ}}{B_{У}}, \quad (6)$$

де: $B_{ПВ}$, $B_{У}$ – відповідно середня вартість партії вантажу та середня вартість утрат, що приходяться на одну партію вантажу.

Запропоновані методи аналізу задоволеності потреб споживачів повинні стимулювати керівництво АТП до розробки заходів покращення рівня сервісу через введення нових видів обслуговування клієнтів, організації додаткових послуг (оренда автомобілів, експедирування, зберігання продукції та оброблення вантажів, сортування, комплектація продукції, трансформування продукції, оброблення замовлень).

Висновки. Сучасна концепція діяльності автотранспортних підприємств повинна бути спрямована на надання споживачам найбільш пристосованих до їх бажань транспортних послуг високої якості і за низькими цінами. Це передбачає поглиблене дослідження питань, спрямованих на покращення використання виробничого потенціалу й матеріальних ресурсів транспортних підприємств.

Для підвищення ефективності використання виробничого потенціалу суб'єктів ринку вантажних автоперевезень в статті представлені етапи розробки та реалізації виробничої стратегії, запропоновані алгоритм, що дозволяє управляти, як віком транспортних засобів, так і його кількістю в залежності від обраної (інноваційної, модернізуючої або стабілізуючої) виробничої стратегії

розвитку та методи оцінки рівня задоволеності потреб споживачів. Отримані результати можуть бути застосовані для покращення використання рухомого складу АТП, більш глибокого розуміння тенденцій розвитку ринку вантажних автоперевезень, існуючих потреб і запитів споживачів. Перспективою подальших досліджень у даному напрямку є вдосконалення запропонованих методів аналізу задоволеності потреб споживачів.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Ільченко, В.Ю. До аналізу концепцій маркетингової діяльності на підприємствах автосервісу // Вісник Національного транспортного університету. – К. : НТУ, 2008. - Вип. 17. - С. 214-217.
2. Герасимчук, В.Г. Маркетинг : теорія і практика : Навч. посібник. – К. : Вища шк., 1994. – 327 с.
3. Ільченко, В.Ю. Планирование коммерческой работы автотранспортного предприятия : дис... канд. техн. наук : 08.00.05 / Ильченко Виктория Юлиановна ; КИИГА. – К., 1993. – 19 с.
4. Кищун, В.А. Утилізація автомобілів [Електронний ресурс] / В.А. Кищун // Машинознавство. – Режим доступу: <http://nuwn.rv.ua/methods/asp/vd/v414>. – Назва з екрану.
5. Національна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Україні у 2012 році [Електронний ресурс] // Міністерство екології та природних ресурсів України. – Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/index.php/dopovidi>. – Назва з екрану.
6. Агуреев, И.Е. Конспект лекций дисциплины «Транспортная экология» / И.Е. Агуреев. – Тула, 2008. – 156 с.
7. Токмиленко, О. Фіскальні методи регулювання викидів CO₂ автотранспортом в Україні [Електронний ресурс] / О. Токмиленко // Національний екологічний центр України. – Режим доступу: www.necu.org.ua. – Назва з екрану.
8. Таганов, Ю. Б. Совершенствование структуры производственно-технической базы автотранспортных предприятий с учетом возрастного состава автомобильного парка : дис... канд. техн. наук : 05.22.10 / Таганов Юсуп Баймыратович ; КАДИ. – К., 1992. – 187 с. – Библиогр.: с. 162-175.

REFERENCES

1. Ilchenko V. J. Do analizu kontseptsii marketyngovoi diyalnosti na pidpriemstvakh avtoservisu [Considered different marketing conceptions and best of them are used at service stations]. Visnyk Natsionalnoho transportnoho universytetu [Bulletin of National Transport University], 2008, issue 17, pp. 214-217. (Ukr).
2. Herasymchuk V.H. Marketing : teoriia i praktyka : Navch. Posibnyk. [Marketing : theory and practice] – Kyiv : Vyshch shk. Publ., 1994. – 327 p. (Ukr).
3. Ilchenko V. J. Planirovanie kommercheskoy raboty avtotransportnogo predpriyatiya. Avtoreferat Diss. [Planning a commercial transport company. Author's abstract.]. Kyiv, 1993. 19 p. (Rus).
4. Kyahchun V.A. Utylizatsiya avtomobiliv (Vehichle recykling). Mashynoznavstvo – Engineering science. Available at: <http://nuwn.rv.ua/methods/asp/vd/v414>
5. Natsionalna dopovid pro stan navkolyshnoho pryrodnoho seredovyscha v Ukraini u 2012 rotsi (National report about the state of natural environment in Ukraine, 2012). Ministerstvo ekolohii ta pryrodnykh resursiv Ukrainy – Engineering science. Available at: <http://www.menr.gov.ua/index.php/dopovidi>
6. Agureev I.E. Konspekt lektsiy distsipliny «Transportnaya ekologiya». [Lectures for discipline "Transport ecology"] – Tula, 2008. (Rus).
7. Tokmylenko O. Fiskalni metody rehulyuvannya vykydiv CO₂ avtotransportom v Ukraini (Fiscal methods of adjusting of CO₂ transport emissions in Ukraine). Natsionalnyi ekolohichnyi tsentr Ukrainy – Engineering science. Available at: www.necu.org.ua
8. Taganov Yu.B. Sovershenstvovanie struktury proizvodstvenno-tekhnicheskoy bazy avtotransportnykh predpriyatiy s uchetom vozrastnogo sostava avtomobilnogo parka. Diss. [The Development of production and technical structure of transport enterprises including the fact of the age-related composition of vehicle fleet. Diss.]. Kyiv, 1992. 187 p. (Rus).

РЕФЕРАТ

Ільченко В.Ю. Реалізація основних етапів виробничої стратегії автотранспортного підприємства. / В.Ю. Ільченко // Вісник Національного транспортного університету. Науково-технічний збірник: в 2 ч. Ч. 2: Серія «Економічні науки». – К. : НТУ, 2014. – Вип. 30.

В статті розглянуті деякі аспекти реалізації виробничої стратегії автотранспортного підприємства.

Об'єкт дослідження – виробничий потенціал автотранспортного підприємства.

Мета роботи – підвищити ефективність використання виробничого потенціалу автотранспортного підприємства шляхом удосконалення деяких етапів реалізації його виробничої стратегії.

Методи дослідження – загальнонауковий метод теоретичного узагальнення, спостереження, абстрагування, формалізації, аналізу та синтезу.

В результаті дослідження було виявлено, що основні напрями маркетингової діяльності розроблені стосовно суб'єктів ринку в промисловості і їх не можна безпосередньо перенести на виробничу діяльність вантажних автотранспортних підприємств (АТП) з причини специфіки автомобільного транспорту. Для підвищення ефективності використання виробничого потенціалу АТП представлені етапи розробки та реалізації виробничої стратегії; запропонований алгоритм, що дозволяє управляти, як віком транспортних засобів, так і його кількістю в залежності від обраної виробничої стратегії розвитку; показані методи оцінки рівня задоволеності потреб споживачів.

Результати статті можуть бути застосовані для покращення використання виробничого потенціалу АТП, більш глибокого розуміння тенденцій розвитку ринку вантажних автоперевезень, існуючих потреб і запитів споживачів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ТРАНСПОРТНЕ ПІДПРИЄМСТВО, ВИРОБНИЧА СТРАТЕГІЯ, АНАЛІЗ, МЕТОДИКА, ОЦІНКА.

ABSTRACT

Ilchenko V.J. Realization of the basic stages of transport enterprise's productive strategy. Visnyk National Transport University. Scientific and Technical Collection: In Part 2. Part 2: Series «Economic sciences». – Kyiv: National Transport University, 2014. – Issue 30.

Some realizations aspects of productive strategy on the transport enterprise are considered in the articles.

A research object is productive potential of transport enterprise.

The aim is to increase the efficiency of the use of productive potential in transport enterprises by the improvement of some implementation of its productive strategy.

Research methods are a scientific method of theoretical generalization, supervision, abstracting, formalization, analysis and synthesis.

There are next results of research. The basic directions of marketing activity are worked out in relation to the subjects of market in industry and they can not be directly carried on productive activity of freight transport enterprises (TE) because of the specific of road transport. To increase the efficiency of the use of TE production potential in the article there are presented the phases of development and realization of production strategy. Also here is the algorithm that helps to manage both the age and quantity of transport depending on the main production strategy. The methods of satisfaction level estimation of consumers are presented.

The results of the article can be applied for the improvement of the use of productive potential of TE, deeper understanding of progress of market of freight autotransportations, existent necessities and queries of consumers trends.

KEY WORDS: TRANSPORT ENTERPRISE, PRODUCTIVE STRATEGY, ANALYSIS, TECHNICS, ESTIMATION.

РЕФЕРАТ

Ильченко В.Ю. Реализация основных этапов производственной стратегии автотранспортного предприятия. / В.Ю. Ильченко // Вестник Национального транспортного университета. Научно-технический сборник: в 2 ч. Ч. 2: Серия «Экономические науки». – К. : НТУ, 2014. – Вып. 30.

В статье рассматриваются некоторые аспекты разработки и реализации производственной стратегии автотранспортного предприятия.

Объект исследования – производственный потенциал автотранспортного предприятия.

Цель работы – повысить эффективность использования производственного потенциала автотранспортного предприятия путем усовершенствования некоторых этапов реализации его производственной стратегии.

Методы исследования – общенаучный метод теоретического обобщения, наблюдения, абстрагирования, формализации, анализа и синтеза.

В результате исследования было выявлено, что основные направления маркетинговой деятельности разработаны относительно субъектов рынка в промышленности и их нельзя непосредственно перенести на производственную деятельность грузовых автотранспортных предприятий (АТП) в виду специфики автомобильного транспорта. Для повышения эффективности использования производственного потенциала АТП представлены этапы разработки и реализации производственной стратегии; предложен алгоритм, который позволяет управлять, как возрастом транспортных средств, так и его количеством в зависимости от избранной (инновационной, модернизирующей или стабилизирующей) производственной стратегии развития; показаны методы оценки уровня удовлетворенности потребностей и запросов потребителей.

Результаты статьи могут быть применены для улучшения использования производственного потенциала АТП, более глубокого понимания тенденций развития рынка грузовых автоперевозок, существующих потребностей и запросов потребителей.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ТРАНСПОРТНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ, ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ СТРАТЕГИЯ, АНАЛИЗ, МЕТОДИКА, ОЦЕНКА.

АВТОР:

Ільченко Вікторія Юліанівна, Національний транспортний університет, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, e-mail: ilchenko.vita@gmail.com, тел. +380674795543, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова 1, к. 241.

AUTHOR:

Ilchenko Victoria, National Transport University, Ph.D, associate professor of management department, e-mail: ilchenko.vita@gmail.com, tel. +380674795543, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 241.

АВТОР:

Ільченко Вікторія Юліанівна, Національний транспортний університет, кандидат економічних наук, доцент кафедри менеджменту, e-mail: ilchenko.vita@gmail.com, тел. +380674795543, Україна, 01010, г. Київ, ул. Суворова 1, к. 241.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Росоха В.В., доктор економічних наук, професор, Національний університет «Києво-Могилянська академія», професор кафедри маркетингу та управління бізнесом, Київ, Україна.

Левківський О.П., доктор технічних наук, доцент, Національний університет, професор кафедри виробництва, ремонту та матеріалознавства, Київ, Україна.

REVIEWER:

Rossokha V.V., Ph.D., Economics (Dr.), professor, National University of “Kyiv-Mohyla Academy”, professor, department of marketing and business management, Kyiv, Ukraine.

Levkivskiy O.P., Ph.D., Engineering (Dr.), associate professor, National Transport University, professor, department of manufacturing, repair and materials science, Kyiv, Ukraine.