

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Тульский государственный университет»

Политехнический институт

Кафедра «Автомобили и автомобильное хозяйство»

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ
ПО КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЕ ЗАОЧНИКА
по дисциплине

«МАРКЕТИНГ»

Направление подготовки:
190600 - Эксплуатация транспортно-технологических машин
и комплексов

Профиль подготовки:
Автомобили и автомобильное хозяйство

Направление подготовки:
190700 – Технология транспортных процессов
Профили подготовки:
Организация и безопасность дорожного движения

Квалификация (степень) выпускника: **бакалавр**

Форма обучения: *заочная*

Тула - 2012

Содержание

Введение	4
1. Основные требования к выполнению контрольной работы	4
2. Содержание дисциплины.....	5
3. Теоретические вопросы для выполнения контрольной работы.....	6
4. Методика определения уровня конкурентоспособности АТП	8
4.1. Общие сведения	8
4.2. Основные показатели при оценке уровня конкурентоспособности АТП.....	9
4.3. Соотношение предложения и спроса на перевозку грузов и оказание услуг	9
4.4. Качество транспортного обслуживания клиентуры	10
4.5. Соотношение доходов и расходов на перевозку грузов.....	13
4.6. Количество видов перевозок, выполняемых автотранспортным предприятием	14
4.7. Обеспеченность автотранспортного предприятия ресурсами (производственно-технической базой и подвижным составом)	15
Заключение.....	17
Практические занятия	17
Библиографический список рекомендуемой литературы.....	18
Приложение 1. Пример оформления титульного листа для КРЗ	19
Приложение 2. Исходные данные для расчета уровня конкурентоспособности АТП.....	20

Введение

Цель дисциплины - ознакомить будущих специалистов с системой планирования и управления разработкой и сбытом продукции, ориентированной на удовлетворение потребностей клиентуры и получение прибыли, а также привить практические навыки в проведении маркетинговых исследований и принятии решений при определении тарифной политики автотранспортных предприятий.

В результате изучения дисциплины студенты должны получить знания основных принципов, организационных форм, методов маркетинга, уметь выполнять маркетинговые исследования для «проектирования» транспортной продукции, включающие сегментирование рынка сбыта по предлагаемым характеристикам продукции, определение целевых сегментов и объема потенциального спроса, уметь оценивать конкурентоспособность транспортной продукции, уметь обосновывать цены (тарифы) на продукцию транспорта.

Содержание рабочей программы соответствует требованиям Государственного образовательного стандарта ВПО.

1. Основные требования к выполнению контрольной работы

Контрольная работа состоит из двух частей:

- в первой части необходимо дать подробные письменные ответы на две группы теоретических вопросов (расчетный вариант в каждом задании – это номер варианта задания по списку студентов в журнале группы), которые должны содержать необходимый теоретический материал;
- в основе второй части работы лежит расчет конкурентоспособности АТП по вариантам (п.4);
- изучить материал, необходимый для выполнения данного задания (конспект лекций, практические занятия по дисциплине).

При оформлении контрольной работы должны быть выполнены следующие требования:

- контрольная работа должна содержать титульный лист (см. Приложение), содержание с указанием наименований разделов и соответствующих страниц в тексте работы, введение, основные разделы, список используемой литературы, приложения;
- страницы и основные разделы работы должны быть пронумерованы, если в тексте работы приводятся рисунки, графики, таблицы, формулы, то они также нумеруются;
- при использовании литературных источников, нормативных и законодательных актов, статистических материалов в тексте необходимо делать соответствующие ссылки.

2. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Роль маркетинга в экономическом развитии страны

- 1.1. Понятие маркетинга. Концепции маркетинга и его эволюция.
- 1.2. Цель и функции маркетинга.
- 1.3. Типы маркетинга в зависимости от состояния и развития рыночного спроса. Значение маркетинга в экономическом развитии страны

Тема 2. Товар в маркетинговой деятельности

- 2.1. Разработка товаров: товары, торговые марки, упаковка, услуги.
- 2.2. Классификация товаров. Решения относительно упаковки, маркировки, товарного ассортимента, номенклатуры, услуг для клиентов.

Тема 3. Комплексное исследование товарного рынка

- 3.1. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей. Модель покупательского поведения. Характеристики покупателя. Процессы принятия решения о покупке. Различные варианты принятия решения.
- 3.2. Рынок предприятий и поведение покупателей. Рынок товаров промышленного назначения. Рынок промежуточных продавцов. Рынок государственных учреждений.

Тема 4. Сегментация рынка

- 4.1. Факторы, влияющие на сегментирование рынка.
- 4.2. Выбор целевых сегментов.
- 4.3. Позиционирование товара.

Тема 5. Формирование товарной политики и рыночной стратегии

- 5.1. Подход к этапам жизненного цикла товара.
- 5.2. Этапы жизненного цикла товара.
- 5.3. Проблемы жизненного цикла товара.
- 5.4. Стратегия разработки новых товаров.

Тема 6. Разработка новой ценовой политики

- 6.1. Установление цен на товары и услуги: задачи и политика ценообразования.
- 6.2. Ценообразование на различных типах рынков. Постановка задач ценообразования.
- 6.3. Подходы к проблеме ценообразования. Инициативное изменение цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.

Тема 7. Формирование спроса и стимулирование сбыта

- 7.1. Определение спроса. Оценка издержек.
- 7.2. Анализ цен товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования.
- 7.3. Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта и пропаганда.
- 7.4. Розничная и оптовая торговля. Стратегия коммуникации и стимулирования.

Тема 8. Организация деятельности маркетинговой службы

- 8.1. Структура службы маркетинга ПАТП.
- 8.2. Основные задачи, решаемый службой маркетинга ПАТП.

3. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

I группа вопросов

1. Роль маркетинга в рыночной экономике: цели, функции и концепции маркетинга.
2. Классификация товаров.
3. Установление цен на товары и услуги: постановка задачи и политика ценообразования.
4. Потребительские рынки и покупательское поведение потребителей: модель покупательского поведения.
5. Виды товаров и их разработка: товары, торговые марки, упаковка, услуги.
6. Подходы к проблеме ценообразования.
7. Факторы, влияющие на сегментирование рынка.
8. Продвижение товаров: реклама, стимулирование сбыта и пропаганда.
9. Предприятие и внешняя среда.
10. Развитие международной торговли автомобилями и оборудованием.
11. Анализ эффективности рекламы и её информационная сущность.
12. Структура службы маркетинга АТП.
13. Рынок товаров промышленного назначения, промежуточных продавцов и государственных учреждений.
14. Планирование новой продукции в автомобильной промышленности.
15. Решения относительно упаковки, маркировки, товарного ассортимента, номенклатуры, услуг для клиентов.
16. Типы маркетинга в зависимости от состояния и развития рыночного спроса.
17. Значение системы товародвижения в маркетинге.
18. Ценообразование на различных типах рынков.
19. Выбор целевых сегментов и позиционирование товара.
20. Подход к этапам жизненного цикла товара: этапы, проблемы, стратегия разработки новых товаров.
21. Инициативное изменение цен: реакция фирмы на изменение цен конкурентами.
22. Розничная и оптовая торговля.
23. Элементы, оказывающие влияние на методы и результаты деятельности предприятия на рынке.
24. Основные задачи, решаемые службой маркетинга АТП.
25. Роль рекламы в организации сбыта товара.

II группа вопросов

1. Анализ рыночных возможностей и прогнозирование рынка автотранспортных услуг.
2. Информационная система и контроль в транспортном маркетинге.
3. Презентация товара: смысл, назначение, содержание.
4. Анализ возможностей сбытовой политики в России: планирование и прогнозирование.
5. Методы аналитического обоснования цен на товары широкого потребления.
6. Методы и средства изучения экономической конъюнктуры рынка в России.
7. Вопросы интеллектуальной защиты собственности.
8. Особенности маркетингового анализа сегментов и секторов рынка.
9. Определение спроса и оценка издержек.
10. Позиционирование и дифференцирования товаров на рынке: принятие решений и их эффективность.
11. Основные методы обоснования объемов продаж.
12. Информационное исследование и прогнозирование конъюнктурных позиций рынка.
13. Современная концепция маркетинга.
14. Особенности маркетингового анализа сегментов и секторов рынка.
15. Концепции маркетинга и их эволюция.
16. Анализ стратегии АТП на рынке услуг.
17. Сервисная и рекламная политика маркетинга.
18. Продвижение товаров: комплекс маркетинговых коммуникаций и стимулирования сбыта.
19. Методы и приемы маркетингового анализа.
20. Особенности тарифной политики АТП.
21. Ассортиментная политика предприятий.
22. Выбор посредника в системе сбыта.
23. Понятие маркетинга: цели, функции и типы в зависимости от развития рыночного спроса.
24. Выбор метода ценообразования.
25. Анализ цен товаров конкурентов.

4. Методика определения уровня конкурентоспособности АТП

4.1. Общие сведения

Для рынка транспортных услуг характерны следующие виды конкуренции:

- конкуренция между автотранспортными предприятиями различных форм собственности (государственной, частной, кооперативной акционерной и др.);
- конкуренция АТП различной ведомственной подчиненности;
- конкуренция АТП при перевозке различных видов грузов (строительных, торговых, сельскохозяйственных и т.д.);
- конкуренция между различными видами транспорта. Наиболее ярко этот вид конкуренции проявляется между автомобильным и железнодорожным транспортом.

Основные способы конкуренции между АТП сводятся к двум видам: ценовым и неценовым.

Ценовой метод предполагает изменение (снижение) тарифов на перевозки, выполняемые одним АТП по сравнению с тарифами, применяемыми другим АТП. *Неценовой метод* предполагает деятельность АТП, направленная на повышение качества перевозок и услуг, развитие рекламной деятельности, развитие собственной ПТБ, повышение квалификации водителей, ремонтных рабочих, специалистов по управлению.

Выбор способов конкуренции во многом зависит от условий конкурентной среды, в которой работает АТП, а именно:

- наличие большого количества АТП разной специализации и большого количества клиентов, разнообразных и сравнительно больших объемов перевозок грузов. Эти условия характерны для большинства крупных городов и регионов и определяют рынок "чистой" или "неограниченной" конкуренции;
- наличие небольшого количества автотранспортных предприятий и ограниченного количества клиентов, средних объёмов перевозок грузов определенной номенклатуры. Эти условия характерны для средних и небольших городов и регионов и определяют "рынок ограниченной конкуренции";
- большинство перевозок осуществляется, одним автотранспортным предприятием и все клиенты зависят от количества и качества услуг, предлагаемых этим АТП. Эти условия характерны для сельских районов, регионов Сибири и Севера и определяют "чистую монополию".

Основными показателями, влияющими на конкурентоспособность автотранспортного предприятия являются: соотношение предложения и спроса на перевозки грузов; качество транспортного обслуживания; соотношение доходов и расходов на перевозки; количество видов перевозок грузов и услуг, выполняемых АТП; ресурсы АТП.

Данные показатели дают возможность оценить работу АТП со стороны клиента (показатели спроса, качества), а также - способность АТП успешно конкурировать на транспортном рынке за счет своих ресурсов и организации работы (ресурсы, издержки, количество видов перевозок).

Существует ряд других показателей, влияющих на конкурентоспособность АТП, по которым оценка их влияния на конкурентоспособность в случае необходи-

мости может производиться самим автотранспортным предприятием. К таким относятся производительность труда, квалификация производственного и управленческого персонала, которые косвенно влияют на повышение конкурентоспособности АТП.

4.2. Основные показатели при оценке уровня конкурентоспособности АТП

Уровень конкурентоспособности автотранспортных предприятий рекомендуется оценивать по совокупности следующих основных показателей:

1. Соотношение предложения и спроса на перевозки грузов и услуги (СП).
2. Качество транспортного обслуживания клиентуры (К).
3. Соотношение доходов и расходов на перевозки.
4. Количество видов перевозок, выполняемых автотранспортным предприятием (В).
5. Обеспеченность автотранспортного предприятия ресурсами (производственно-технической базой и подвижным составом) (Р).

Конкурентоспособность АТП оценивается по сумме оценок приведенных показателей:

$$K_0 = СП + K + И + В + Р.$$

Величина каждого показателя определяется по данным АТП за определенный период времени (год, квартал, полугодие) и оценивается коэффициентом конкурентоспособности данного показателя, соответственно $K_{сп}$, K_k , K_u , K_v , K_p .

Итоговый интегральный показатель конкурентоспособности в целом по автотранспортному предприятию (K_0) предлагается определять как средневзвешенную величину полученных коэффициентов:

$$K_0 = \frac{(K_{сп} + K_k + K_u + K_v + K_p)}{N},$$

где N - количество показателей, в данном случае 5.

Коэффициенты конкурентоспособности по отдельным показателям оцениваются следующим образом.

4.3. Соотношение предложения и спроса на перевозки грузов и услуги

При определении $K_{сп}$ рекомендуется исходить из принципов рыночной экономики, для которых характерно превышение предложения над спросом (возможный объем больше принятого). Поэтому конкурентоспособность АТП будет обеспечиваться, когда $Q_{возм} > Q_{прин}$.

Учитывая реальные условия транспортного рынка в России в качестве критерия, определяющего оптимальную величину конкурентоспособности АТП по соотношению спроса и предложения на перевозки грузов, принимаем разность между значением $Q_{возм}$ и $Q_{прин}$ в размере 20 %, т.е. отношение $Q_{возм} / Q_{прин} = 1,25$. При этом $K_{сп} = 1$. При разности между значениями показателями $Q_{возм}$ и $Q_{прин}$ менее 20 % конкурентоспособность АТП будет снижаться и пропорционально должен снижаться коэффициент конкурентоспособности $K_{сп}$.

Если возможности АТП, выраженные через значения показателя $Q_{возм}$, будут ниже, чем $Q_{прин}$, то АТП по данному показателю не конкурентоспособно.

Коэффициент конкурентоспособности АТП по данному показателю ($K_{сн}$) должен рассчитываться следующим образом:

$$K_{сн} = \frac{Q_{возм} / Q_{прин}}{1,25}, \quad (1)$$

где $Q_{возм}$ - возможный объем перевозок грузов АТП за определенный период времени в тоннах или возможная транспортная работа в т·км, с учетом провозных возможностей АТП и местных условий перевозок (среднего расстояния, структуры парка и т.п.).

$Q_{прин}$ - принятый АТП объем перевозок грузов (т) или грузооборот (т·км) за соответствующий период времени;

1,25 - соотношение $Q_{возм}$ и $Q_{прин}$ при коэффициенте конкурентоспособности 1.

$K_{сн} > 1,25$ означает, что у АТП имеются значительные резервы по удовлетворению спроса на перевозки и услуги, а - менее 1 - АТП приняло на себя невыполнимые обязательства и собственными ресурсами неспособно удовлетворить заявленный спрос на перевозки и услуги.

Возможные соотношения предложения и спроса на перевозки и услуги и их экспертная оценка с позиции конкурентоспособности АТП приведены в табл. 1.

Таблица 1

Показатели конкурентоспособности АТП

Показатели	Конкурентоспособность		Неконкурентоспособность
	высокая	средняя	
$Q_{возм} / Q_{прин}$	1,25 и выше	1,24 - 1,00	менее 1,00
$K_{сн}$	1	0,99 - 0,8	0,4

4.4. Качество транспортного обслуживания клиентуры

Одним из наиболее важных показателей при оценке конкурентоспособности АТП является показатель качества транспортного обслуживания клиента (грузоотправителя и грузополучателя). Он учитывает скорость и своевременность доставки грузов, сохранность грузов, качество и полноту дополнительных услуг, предоставляемых клиенту.

Качество транспортного обслуживания можно оценивать по трем основным параметрам:

- по установленным стандартам и нормативам. Такие стандарты и нормативы для рыночных условий пока не созданы и их предстоит разрабатывать. К нормативам

можно отнести сроки доставки отдельных видов грузов в зависимости от расстояний перевозки и других условий доставки, нормативы по обеспечению сохранности перевозимых грузов и др.;

- по качественным характеристикам аналогичных перевозок АТП - конкурентов. Для этого необходимо изучение зарубежного и отечественного опыта по транспортному обслуживанию, а также изучение технологий и методов организации перевозок грузов других АТП в регионе;

- по требованиям клиентуры (отправителей и получателей грузов). Для этого необходимо изучение этих требований и условий доставки грузов, разработка мероприятий по удовлетворению этих требований и их реализация.

В условиях транспортного рынка важным может оказаться сравнительная характеристика качества транспортного обслуживания, выполняемая одним АТП с такой же характеристикой, выполняемой другим АТП. С учетом анализа различных способов оценки качества транспортного обслуживания и возможности определения показателей качества, влияющих на конкурентоспособность АТП, выбраны следующие два основных показателя: уровень специализации парка автотранспортных средств, уровень перевозок грузов по графикам.

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

Уровень перевозок грузов по графикам характеризует способность АТП выполнять перевозки ритмично и в необходимое для клиента время. Уровень специализации парка автотранспортных средств определяется как отношение количества специализированных автомобилей к общему количеству автомобилей в парке:

$$Y_{cn} = \frac{A_{cn}}{A_{об}} \cdot 100, (\%), \quad (2)$$

где Y_{cn} - уровень специализации парка АТП, A_{cn} - количество специализированных автомобилей в парке, $A_{об}$ - общее количество автомобилей в парке, включающее количество специализированных автомобилей и автомобилей с бортовыми платформами.

К специализированным автомобилям относятся автомобили-самосвалы, автомобили-фургоны, автомобили-цистерны и другие автомобили со специализированными кузовами. Если уровень специализации парка составляет 100 % и более, экспертно можно принять, что АТП способно обеспечить сохранность перевозимых грузов, поэтому, в этом случае коэффициент конкурентоспособности по этому показателю составит 1.

При снижении уровня специализации парка, снижается и его способность в обеспечении сохранности перевозимых грузов, снижается и коэффициент конкурентоспособности K_c , а при уровне специализации парка менее 50 % - предприятие следует считать неконкурентоспособным по данному фактору.

Уровень конкурентоспособности АТП в зависимости от уровня специализации парка рекомендуется оценивать по таблице 3.2.

Таблица 2

Показатели конкурентоспособности АТП в зависимости от уровня специализации парка автотранспортных средств

Показатели	Конкурентоспособность		Неконкурентоспособность
	высокая	средняя	
Уровень специализации парка, %	100 (90-99)	50-89	Менее 50
K_c	1 (0,90-0,99)	0,50 - 0,89	0,49 - 0,01

При оценке конкурентоспособности АТП по показателю "качество транспортного обслуживания" одним из показателей выбран уровень перевозок, выполняемых по графикам.

С учетом опыта организации перевозок высший уровень конкурентоспособности АТП по данному показателю $K_{cp} = 1$ при уровне перевозок грузов по графикам 100 %. Снижение уровня перевозок грузов по графикам приводит к снижению коэффициента конкурентоспособности K_{cp} . Если уровень перевозок грузов по графику менее 40 %, следует считать, что АТП неспособно качественно обслуживать клиента с обеспечением доставки грузов в срок.

Уровень перевозок грузов по графикам определяется как отношение объема перевозок грузов, выполняемых по графикам к общему объему перевозок грузов, выполняемых АТП:

$$U_{gp} = \frac{Q_{gp}}{Q_{прин}} \cdot 100 \%, \quad (3)$$

где U_{gp} - уровень перевозок грузов по графикам, Q_{gp} - объем перевозок грузов, выполняемый по графикам, т, $Q_{прин}$ - объем перевозок грузов, принятый АТП к выполнению, т.

Уровень конкурентоспособности АТП в зависимости от уровня перевозок грузов, выполняемых по графикам, определяется по табл. 3.

Таблица 3

Показатели конкурентоспособности АТП в зависимости от уровня перевозок, выполняемых по графику

Показатели	Конкурентоспособность		Неконкурентоспособность
	высокая	средняя	
Уровень перевозок грузов по графикам, %	100 (90-99)	40-89	Менее 40
K_{cp}	1 (0,90-0,99)	0,40 - 0,89	0,39 - 0,01

Совокупный коэффициент характеризующий способность АТП выполнять перевозки на качественном уровне, определяется по следующей формуле:

$$K_k = \frac{(K_c + K_{ep})}{2}. \quad (4)$$

4.5. Соотношение доходов и расходов на перевозки грузов

Соотношение доходов и расходов на перевозки грузов характеризует возможности АТП выполнять перевозки грузов рентабельно и с меньшими затратами. Исходим из принципа меньших издержек по отношению к доходам. Поэтому в качестве оценочного показателя предлагается соотношение доходов и расходов.

Если соотношение доходов и расходов АТП составляет 1,3 и более это свидетельствует об экономичной работе АТП, производительном использовании транспортных средств и рентабельной работе предприятия. Следовательно, и конкурентоспособность АТП с позиции данного показателя является высокой и может быть оценена коэффициентом $K_u = 1$. Уменьшение этого соотношения приводит к соответствующему снижению конкурентоспособности АТП по данному показателю, а если соотношение доходов к расходам менее 1, т. е. расходы превышают доходы, предприятие следует признать неконкурентоспособным.

Коэффициент конкурентоспособности определяется по формуле:

$$K_u = \frac{D / P}{1,3}, \quad (5)$$

где D - доходы АТП за определенный период, руб;

P - расходы АТП за тот же период, руб.

1,3 - соотношение доходов и расходов при коэффициенте конкурентоспособности 1.

Расходы определяются по следующей формуле

$$P = \sum P_{nep} \cdot l_{cc} \cdot A_{cc} \cdot \alpha_n \cdot D, \quad (5.1)$$

где $\sum P_{nep}$ - сумма всех переменных расходов, а также расходы на з/п водителей (с начислениями), накладные расходами АТП за определенный период, руб;

l_{cc} - среднесуточный пробег, км;

A_{cc} - списочное количество автомобилей, ед;

α_n - коэффициент использования парка;

D - количество дней в году (принимаем 300 дней).

Уровень конкурентоспособности АТП в зависимости от соотношения доходов и расходов определяется по табл. 4.

Таблица 4

**Уровень конкурентоспособности в зависимости от соотношения
доходов и расходов**

Показатели	Конкурентоспособность		Неконкурентоспособность
	высокая	средняя	
$D/P, \%$	1,3 и 1,25-1,28 более	1,24 - 1,00	Менее 1,00
K_u	1 (0,90 - 0,98)	0,95 - 0,76	0,45

**4.6. Количество видов перевозок, выполняемых автотранспортным
предприятием**

В условиях рынка высокий уровень специализации автотранспортного предприятия необходим как основа для выполнения перевозок на высоком качественном уровне. Рыночные условия и транспортный рынок подвержены различным, в т.ч. значительным колебаниям спроса на транспортную продукцию. Поэтому, с целью сглаживания негативных последствий рынка, автотранспортные предприятия должны заниматься и другими видами перевозок (междугородными международными и др.) или другими видами деятельности, например, транспортно-экспедиционным обслуживанием и т.п.

В методике предусмотрена зависимость коэффициента конкурентоспособности АТП K_g от количества видов осуществляемых перевозок, которые для целей настоящей методики имеют следующую классификацию:

- внутригородские и пригородные перевозки товаров народного потребления;
- перевозки грузов самосвалами;
- внутриобластные перевозки;
- междугородные перевозки;
- международные перевозки.

Наибольший коэффициент конкурентоспособности $K_g=1$ имеют АТП, которые осуществляют 3 и более видов перевозок, меньшее количество видов перевозок снижает коэффициент конкурентоспособности (табл. 5).

Таблица 5

**Показатели конкурентоспособности АТП в зависимости от количества
выполняемых видов перевозок (видов деятельности)**

Количество видов перевозок	1	2	3 и более
K_g	0,6	0,8	1

4.7. Обеспеченность автотранспортного предприятия ресурсами (производственной базой и подвижным составом)

Конкурентоспособность АТП зависит от состояния производственной базы и соответствия парка подвижного состава условиям перевозок. Поэтому в качестве основных показателей, определяющих конкурентоспособность АТП выбраны:

- соотношение между активной частью (подвижным составом) основных производственных фондов и основными производственными фондами, относящимися непосредственно к производственной базе АТП. В качестве критерия с учетом отечественного и зарубежного опыта рекомендуется величина 40 %, характеризующая оптимальную величину удельного веса производственной базы к основным производственным фондам (ОПФ);

- средняя грузоподъемность автомобильного парка. По этому показателю рекомендуется сравнить фактические данные по отчету за определенный период с экспертными оценками рациональной величины средней грузоподъемности парка с учетом его специализации.

При удельном весе производственно-технической базы 40 и более процентов к основным производственным фондам конкурентоспособность АТП принята наивысшей и оценивается коэффициентом $K_{нтб} = 1$.

Коэффициент конкурентоспособности АТП рекомендуется определять по формуле

$$K_{нтб} = \frac{ПТБ \cdot 100 / ОПФ}{40}, \quad (6)$$

где ПТБ - стоимость производственно-технической базы, руб,

ОПФ - стоимость основных производственных фондов, руб,

40 - удельный вес ПТБ в ОПФ при коэффициенте конкурентоспособности 1.

Уровень конкурентоспособности АТП с позиции обеспеченности производственной базой рекомендуется оценивать по табл. 6.

Таблица 6

Уровень конкурентоспособности АТП в зависимости от уровня развития производственной базы

Показатели	Конкурентоспособность		Неконкурентоспособность
	высокая	средняя	
Удельный вес ПТБ в ОПФ, %	40 и более	36 - 39	35 - 20
$K_{нтб}$	1	0,9 - 0,99	0,88 - 0,5

При удельном весе производственной базы в основных производственных фондах менее 20 % предприятие следует считать неконкурентоспособным поэтому фактору и оценить коэффициентом $K_{nmб} = 0,45$.

Конкурентоспособность АТП рекомендуется оценивать также с позиции соответствия, грузоподъемности парка его рациональному уровню.

При этом фактическую среднюю грузоподъемность ($Q_{фср}$) рекомендуется определять, по отчетным данным, а рациональную - на основе экспертной оценки, по группам специализации автомобилей по формуле:

$$Q_{ср} = \frac{Q_{б} A_{б} + Q_{с} A_{с} + Q_{ф} A_{ф} + Q_{ц} A_{ц} + Q_{н} A_{н}}{A_{б} + A_{с} + A_{ф} + A_{ц} + A_{н}}, \quad (7)$$

где $Q_{ср}$ - средняя грузоподъемность рационального парка;

$Q_{б}, Q_{с}, Q_{ф}, Q_{ц}, Q_{н}$ - средняя рациональная грузоподъемность соответственно бортовых автомобилей, самосвалов, фургонов, цистерн и прочих автомобилей;

$A_{б}, A_{с}, A_{ф}, A_{ц}, A_{н}$ - среднесписочное количество соответственно бортовых автомобилей, самосвалов, фургонов, цистерн и прочих автомобилей.

Например: $A_{сб} = 30, A_{сн} = 20$, значит $A_{б} = 10$ шт., остальные $A_{с} = 5, A_{ф} = 5, A_{ц} = 10$ штук. Данные по бортовым автомобилям, самосвалам, фургонам и прочим автомобилям определяются по справочнику НИИАТ (при $\pm 10\%$ по грузоподъемности).

Если фактическая средняя грузоподъемность парка ($Q_{фср}$) совпадает с рациональной ($Q_{ср}$), то следует считать, что АТП имеет парк, соответствующий условиям перевозок и, следовательно, вполне конкурентоспособно, а коэффициент конкурентоспособности $K_n = 1$.

При несоответствии фактической средней грузоподъемности парка рациональной коэффициент конкурентоспособности АТП снижается пропорционально величине несоответствия: а именно если $Q_{ср} < Q_{фср}$, то $K_n = \frac{Q_{ср}}{Q_{фср}}$. Тогда $Q_{ср} > Q_{фср}$,

$$\text{то } K_n = \frac{Q_{фср}}{Q_{ср}}.$$

При соответствии фактической средней грузоподъемности парка рациональной менее чем на 50 % автотранспортное предприятие по данному показателю следует признать неконкурентоспособным и оценить коэффициентом $K_n = 0,45$.

Совокупный коэффициент, характеризующий обеспеченность АТП ресурсами определяется по формуле

$$K_p = (K_{ntб} + K_n) / 2. \quad (8)$$

Общая конкурентоспособность автотранспортного предприятия определяется по формуле

$$K_0 = \frac{(K_{cn} + K_{\kappa} + K_u + K_{\varepsilon} + K_p)}{5}. \quad (9)$$

Если в результате интегральной оценки K_0 составит величину от 0,8 до 1 АТП, следует считать высоко конкурентоспособным, при K_0 от 0,5 до 0,79 - средней конкурентоспособности, менее 0,5 - неконкурентоспособным.

В конце выполненных расчетов необходимо сделать **выводы и дать рекомендации** по улучшению конкурентоспособности автотранспортного предприятия.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Контрольная работа студентов заочного обучения является одной из форм самостоятельной работы, в которую также входит изучение лекционного материала. Положительная оценка работы является основанием для допуска к зачету по дисциплине.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№п/п	Темы занятий
1	Оценка конкурентоспособности изделия по техническим параметрам
2	Оценка конкурентоспособности изделия по экономическим параметрам
3	Определение интегрального показателя конкурентоспособности анализируемого изделия по отношению к образцу

Библиографический список рекомендуемой литературы

1. Маркетинг: учебник для вузов / Г.А. Васильева [и др.]; под ред. Г.А. Васильева. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 208 с.
2. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили [и др.]; под ред. Н.Д. Эриашвили. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити, 2006. – 631 с.
3. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности: учебник для вузов / В.А. Алексунин [и др.]; под ред. В.А. Алексунина. – 4-е изд. перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2006. – 716 с.
4. Маркетинговые исследование роста прибыльности и стоимости бизнеса. Практика крупных российских компаний / под ред. А.А. Бравермана. – М.: Экономика, 2006. – 319 с.
5. Маслова Т.Д., Кожут С.Г. Маркетинг. – СПб.: Питер, 2006. – 206 с.
6. Управление маркетингом: учебное пособие для вузов / Н.Д. Эриашвили [и др.]; под ред. А.В. Короткова, И.М. Синяевой. – М.: ЮНИТИ, 2005. – 463 с.

Периодические издания

1. Журнал «Маркетинг».
2. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом».

Интернет-ресурсы

1. <http://www.4p.ru> – сайт по теории и практике маркетинга.
2. <http://www.7st.ru> – сетевой журнал о маркетинге и рекламе.
3. <http://www.manager.ru> – сайт о менеджменте, маркетинге и рекламе.
4. <http://www.marketolog.ru> – сетевой журнал о маркетинге и рекламе.

*Пример оформления титульного листа для КРЗ***МИНОБРНАУКИ РОССИИ****Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего профессионального образования
«Тульский государственный университет»****Политехнический институт
Кафедра «Автомобили и автомобильное хозяйство»****Контрольная работа
по дисциплине "Маркетинг"
Оценка конкурентоспособности АТП
Вариант № ____**

Выполнил: студент гр. _____

(И. О. Фамилия)

Проверил: к.т.н., доц. каф. АиАХ

Н. В. Григорьева

Тула 20____

Приложение 2

Исходные данные для расчета уровня конкурентоспособности АТП

Показатели	Вариант № 1		Вариант № 2	
	АТП №57	АТП №58	АТП №59	АТП №60
1. Объем перевозок возможный, тыс. т	241,5	224,7	69,8	72,4
2. Объем перевозок принятый, тыс. т	214	217	67,7	60,5
3. Объем перевозок по графику, тыс. т	96,5	78,4	50,4	60,5
4. Доходы, тыс. руб.	31800	40000	49300	38500
5. Переменные расходы, руб./км				
5.1. затраты на топливо	4,43	5,11	4,78	4,71
5.2. затраты на смазочные материалы	4,21	3,78	3,97	4,20
5.3. затраты на ТО и ТР	3,90	4,80	4,10	3,47
5.4. затраты на шины	2,70	2,63	2,74	2,47
5.5. амортизация автомобилей	2,98	2,55	2,12	2,95
6. Накладные расходы, руб./км	2,07	2,73	2,10	2,17
7. Затраты на з/п водителей, с начислениями, руб./км	6,27	5,19	5,39	5,94
8. Списочное количество а/м, ед.	40	25	30	30
9. Количество специализированного ПС, ед.	30	20	20	26
10. Среднесуточный пробег, км	150	110	140	90
11. Коэф. использования парка	0,63	0,69	0,67	0,68
12. Стоимость ОПФ, тыс. руб.	5600	6600	7100	6000
12.1. в т. ч. ст-ть ПТБ	3100	3000	4200	2400
13. Средняя грузоподъемность парка, т	12	10	8	5

Исходные данные по вариантам

Показатели	Вариант №3		Вариант №4		Вариант №5		Вариант №6	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	950,2	1200,0	92,30	72,10	171,5	214,3	160,0	115,45
2.	700,0	950	90,0	70,0	150,5	200	140,0	100,0
3.	600,0	750	70,0	60,0	130,5	180,0	120,8	80,0
4.	41070	22500	47750	42500	41520	21300	19450	44250
5.								
5.1.	5,20	5,00	4,81	5,12	4,75	5,15	5,32	4,41
5.2.	4,30	4,26	3,72	4,15	4,23	3,71	3,98	4,01
5.3.	4,70	4,64	4,12	4,02	3,74	3,33	4,11	4,71
5.4.	2,81	2,04	2,61	2,42	2,34	2,63	2,08	2,81
5.5.	3,10	2,79	2,11	2,81	2,73	2,65	2,47	2,94
6.	2,50	2,35	2,31	2,48	2,49	2,51	2,30	2,41
7.	6,34	6,11	5,49	5,98	6,12	6,28	6,31	5,94
8.	20	30	40	35	40	25	40	20
9.	15	20	35	30	30	20	35	15
10.	100	120	140	80	150	100	90	120
11.	0,70	0,68	0,65	0,69	0,64	0,67	0,64	0,68
12.	3500	4500	4500	5400	8000	6600	7500	6600
12.1.	2460	2040	2100	2700	3300	3000	3500	3000
13.	12	14	14	10	14	12	8	5

Показатели	Вариант №7		Вариант №8		Вариант №9		Вариант №10	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	194,0	235,0	321,0	295,5	705,5	572,7	423,5	159,0
2.	180,0	220,0	300,0	250,0	600,0	530,5	400,5	149,2
3.	150,4	188,7	260,0	200,0	520,0	470,0	380,4	120,0
4.	35060	42500	36450	50500	34550	42300	38400	18200
5.								
5.1.	5,01	5,00	4,71	5,10	4,45	5,14	4,48	4,90
5.2.	4,28	4,27	3,71	4,25	4,24	3,77	3,99	4,11
5.3.	4,60	4,62	4,82	4,22	3,84	3,93	4,19	4,15
5.4.	2,80	2,14	2,21	2,32	2,74	2,63	2,58	2,72
5.5.	2,78	2,45	2,11	2,84	2,75	2,55	2,79	2,94
6.	2,45	2,35	2,37	2,47	2,29	2,11	2,40	2,12
7.	6,32	5,20	5,41	6,10	6,00	5,28	5,31	5,94
8.	40	35	20	30	30	40	35	25
9.	35	30	10	25	20	35	30	20
10.	50	100	140	120	100	130	150	90
11.	0,64	0,60	0,66	0,69	0,66	0,67	0,68	0,67
12.	13500	9800	2880	4500	5500	4400	5700	9200
12.1.	7200	5400	2100	3000	3600	2880	3300	6300
13.	10	10	5	8	10	12	8	14

Показатели	Вариант №11		Вариант №12		Вариант №13		Вариант №14	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	980,7	725,5	68,0	72,16	235,1	321,7	295,7	194,2
2.	700,1	680,0	60,5	70,6	220,0	300,0	250,0	170,6
3.	500,4	470,0	60,5	30,8	160,7	190,0	200,0	120,4
4.	41060	20500	45450	21500	434550	52300	51400	32200
5.								
5.1.	5,11	4,20	4,78	5,10	4,47	5,14	4,48	4,70
5.2.	4,29	4,07	3,71	4,24	4,24	3,78	3,99	4,10
5.3.	4,60	4,69	4,22	4,22	3,94	3,93	4,19	4,45
5.4.	2,75	2,14	2,20	2,38	2,74	2,63	2,78	2,12
5.5.	2,78	3,00	2,11	2,82	2,79	2,55	2,79	2,94
6.	2,45	2,35	2,37	2,45	2,29	2,13	2,40	2,15
7.	6,32	5,21	5,41	6,10	6,08	5,28	5,31	5,95
8.	20	30	30	40	35	20	30	40
9.	15	15	25	35	30	15	25	35
10.	90	100	150	120	80	40	80	50
11.	0,70	0,66	0,68	0,69	0,60	0,66	0,69	0,64
12.	3000	4500	6000	5400	8800	2880	4500	9500
12.1.	2460	3600	2700	2700	5400	2100	3000	7200
13.	12	10	5	10	10	5	8	10

Показатели	Вариант №15		Вариант №16		Вариант №17		Вариант №18	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	214,3	114,84	115,0	72,81	920,0	1100,7	92,36	75,16
2.	200	139,4	100,0	70,7	700,3	800	74,2	70,6
3.	30,4	100,8	72,1	50,4	560,2	650	58,4	40,8
4.	22060	40700	43750	27150	22060	28500	54450	30000
5.								
5.1.	5,01	5,09	4,77	5,19	5,12	4,20	4,88	5,20
5.2.	4,28	4,27	3,11	4,25	4,29	4,17	3,71	4,14
5.3.	4,60	4,22	4,70	4,02	4,60	4,81	4,22	4,75
5.4.	2,80	2,15	2,21	2,72	2,75	2,15	2,28	2,35
5.5.	2,79	2,45	2,19	2,87	2,78	3,00	2,21	2,83
6.	2,45	2,33	2,37	2,49	2,45	2,35	2,38	2,45
7.	6,32	5,25	5,41	6,10	6,32	5,27	5,49	6,15
8.	35	20	20	30	20	30	40	30
9.	30	25	15	20	15	20	35	25
10.	100	120	80	130	100	90	120	80
11.	0,67	0,68	0,68	0,67	0,70	0,68	0,68	0,69
12.	6600	5500	6600	7000	3000	4500	4500	5400
12.1.	3000	2970	3000	4800	2460	2040	2100	2700
13.	12	8	5	8	12	14	14	10

Показатели	Вариант №19		Вариант №20		Вариант №21		Вариант №22	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	187,5	159,4	104,84	105,4	1500,0	1210,0	95,3	92,6
2.	150,4	120,2	90,4	85,8	1200,0	990,0	81,4	70,5
3.	90,2	80,6	70,8	62,1	700,4	870	50,2	55,8
4.	56550	25300	46300	38700	43060	25400	55100	28000
5.								
5.1.	4,49	5,14	4,78	4,70	5,17	4,30	4,87	5,20
5.2.	4,21	3,79	3,92	4,10	4,29	4,18	3,71	4,18
5.3.	3,95	4,80	4,19	4,75	4,70	4,11	4,22	4,60
5.4.	2,77	2,63	2,79	2,42	2,75	2,15	2,48	2,34
5.5.	2,74	2,55	2,59	2,94	3,00	2,70	2,27	2,83
6.	2,29	2,73	2,48	2,15	2,50	2,15	2,38	2,15
7.	6,28	5,28	5,37	5,95	6,34	5,27	5,00	6,15
8.	20	40	30	20	30	40	40	30
9.	15	30	25	15	25	20	35	25
10.	150	80	90	140	100	80	120	150
11.	0,63	0,68	0,68	0,68	0,70	0,68	0,68	0,69
12.	7600	8200	6000	7600	3000	4500	4500	5400
12.1.	3300	6300	3500	3000	2460	2040	2100	2700
13.	14	12	8	5	12	14	14	10

Показатели	Вариант №23		Вариант №24		Вариант №25		Вариант №26	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	201,7	220,3	150,8	115,45	102,50	98,16	850,5	1050,6
2.	190,4	200,0	140,0	100,2	96,00	80,60	630,10	807,0
3.	150,0	175	100,8	85,0	85,4	60,6	490,00	690,0
4.	31550	55300	47300	23500	26060	41200	55150	48000
5.								
5.1.	4,43	5,15	4,78	4,70	5,01	5,20	4,72	5,10
5.2.	4,21	3,78	3,92	4,20	4,28	4,07	3,77	4,29
5.3.	3,91	4,80	4,10	3,45	4,60	4,70	4,82	4,21
5.4.	2,77	2,63	2,74	2,44	2,80	2,10	2,21	2,30
5.5.	2,94	2,55	2,99	2,94	2,78	3,00	2,11	2,84
6.	2,00	2,73	2,10	2,15	2,45	2,35	2,50	2,17
7.	6,27	5,18	5,37	5,94	6,34	5,20	5,41	6,00
8.	20	40	20	25	40	30	20	30
9.	15	25	10	20	35	25	15	20
10.	50	100	90	140	95	120	100	80
11.	0,63	0,67	0,66	0,68	0,68	0,69	0,70	0,68
12.	6100	5900	6500	5700	4500	5400	3000	4500
12.1.	3300	3000	2970	3000	2100	2700	2460	2040
13.	14	12	8	5	14	10	12	14

Показатели	Вариант №27		Вариант №28		Вариант №29		Вариант №30	
	АТП №1	АТП №2	АТП №3	АТП №4	АТП №5	АТП №6	АТП №7	АТП №8
1.	231,5	204,7	72,81	120,4	112,36	94,6	950,5	1000,6
2.	210,0	197,0	70,7	90,5	100,4	85,6	730,1	907
3.	170,5	120,4	50,4	60,5	60,4	50,6	420,9	680
4.	31500	46100	38230	47020	50060	28400	42100	25000
5.								
5.1.	4,42	5,14	4,58	4,97	5,17	4,31	4,87	5,10
5.2.	4,24	3,77	3,59	4,11	4,29	4,10	3,71	4,17
5.3.	3,84	3,93	4,11	4,15	4,70	4,00	4,21	4,60
5.4.	2,74	2,63	2,50	2,72	2,75	2,15	2,40	2,34
5.5.	2,70	2,55	2,79	2,90	3,00	2,70	2,28	2,83
6.	2,29	2,14	2,40	2,124	2,50	2,15	2,37	2,15
7.	6,00	5,28	5,30	5,94	6,34	5,27	5,00	6,10
8.	40	25	30	20	30	35	25	35
9.	30	20	25	15	20	25	20	25
10.	150	85	140	100	100	85	150	95
11.	0,63	0,67	0,67	0,68	0,68	0,69	0,70	0,68
12.	6600	6600	6200	6000	4500	5400	3000	4500
12.1.	3300	3000	4800	3700	2100	2700	2460	2040
13.	14	12	8	5	12	10	12	14

