

транспортной продукции можно утверждать, к какой фазе жизненного цикла относится исследуемый вид транспортной продукции.

Эффективность деятельности грузового АТП в СГБ определяется с использованием экспертного метода. Входящие в функционалы показатели-факторы имеют различную размерность, поэтому в предлагаемой методике их оценка осуществляется экспертным способом с помощью специально разработанного опросного листа. Затем для каждого стратегического хозяйственного подразделения автотранспортного предприятия определяется среднее значение (среднее арифметическое от всех баллов с учетом весовых показателей) оценки показателя-фактора. На основе результатов оценки преимуществ АТП рассчитывается уровень «качественной характеристики полезности транспортной продукции», как среднее арифметическое от используемых показателей-факторов. Тогда оценка привлекательности стратегических групп бизнеса будет представлена в виде уравнений.

Определив наиболее привлекательные СГБ, входящие в хозяйственный «портфель» предприятия, с помощью данных за ретроспективный период времени и с использованием профессионального статистического пакета программ STATISTICA5.0 производится прогноз потребительского спроса на предоставляемые предприятием услуги.

УДК 368.12

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ СРЕДСТВ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ПЕРЕВОЗОК

Зубко Дмитрий Леонидович

Научный руководитель – А.А.Косовский

(Белорусский национальный технический университет)

В настоящий момент перед предприятиями, занимающимися международными перевозками грузов стоит дилемма: приобрести автомобиль отечественного производства либо иностранного. Поэтому целью работы является разработка единого показателя, оценивающего конкурентоспособность автопоезда.

Для оценки конкурентоспособности разработан единый показатель, который показывает превышение дохода над средними затратами, приведенными к 1 км пробега.

$$П_{1км} = Д_{1км} - S_{1км},$$

где $Д_{1км}$ - доход с 1 км пробега, руб.

$S_{1км}$ - средние затраты на 1 км пробега, руб.

По данным формы 1 МДП за 2004 год выручка (B) составила 677845470,6 тыс. руб., грузооборот (P) - 7775282,1 тыс. ткм, объем перевозок – 4346,5 тыс т. При международных перевозках автопоезд за 1 езду ($Q_{1е}$) перевозит примерно 20 т груза, а коэффициент использования пробега (β) составляет 0,87. Тогда

$$Д_{1км} = \frac{B}{L_{ОБЩ}} = \frac{B \cdot \beta \cdot Q_{1е}}{P} = \frac{677845470600 \cdot 0,87 \cdot 20}{7775282100} = 1516,9 \text{ руб.}$$

$L_{ОБЩ}$ - общий пробег за 2004 год, км.

Средние затраты на 1 км пробега рассчитываются для трех сравниваемых автомобилей на основании данных за 2004 год автомобильного предприятия «АТЭП-5» – седельный тягач Mercedes Benz 1840 (Actros) в составе с полуприцепом KOGEL SN24 P90/910, седельный тягач МАЗ – 54329 в составе с полуприцепом МАЗ-975830-3012 и седельный тягач Scania 113 Н в составе с полуприцепом KOGEL SN24 P90/910. Расчет средних затрат ведется по следующим статьям:

- заработная плата водителей, непосредственно занятых перевозкой грузов;
- отчисления в бюджетные и внебюджетные фонды от средств на оплату труда;
- затраты на топливо;
- затраты на смазочные и другие эксплуатационные материалы;
- затраты на ремонт и восстановление автомобильных шин;
- затраты на техническое обслуживание и ремонт подвижного состава, включающие затраты на восстановление подвижного состава в пути;
- амортизация подвижного состава;
- общехозяйственные расходы;
- налоги и платежи, включаемые в себестоимость.

Сопоставив полученную себестоимость 1 км пробега по каждому автопоезду с доходом с 1 км пробега, получили

Показатель, руб	Марка автомобиля / полуприцепа		
	Mercedes Benz / KOGEL	МАЗ / МАЗ	Scania / KOGEL
Себестоимость 1 км пробега	1403,96	1562,76	1380,05
Прибыль с 1 км пробега	112,94	-45,86	136,85

Итак, можно сделать вывод, что отечественная техника (хотя ее стоимость значительно ниже), производимая для международных перевозок, пока не выдерживает конкуренции со стороны иностранных аналогов. Основной проблемой являются более высокие затраты на 1 км пробега на техническое обслуживание и ремонт подвижного состава. Также следует отметить относительно высокую вероятность поломки при неразвитости сети станций технического обслуживания отечественных автотранспортных средств в странах Европы.

УДК 368.12

РОЛЬ МАРКЕТИНГА ПЕРСОНАЛА В РАЗВИТИИ РЫНКА ТРУДА

Развадовская Анна Сергеевна

Научный руководитель – Д.Л. Коржицкий

(Белорусский национальный технический университет)

Реформа управления трудом и занятостью не завершена, и новая система пока еще не обеспечивает эффективного обслуживания субъектов рынка труда, количественно-качественную сбалансированность спроса и предложения рабочей силы. Для успешного регулирования конъюнктуры спроса и предложения на рынке труда требуется комплексная система регулирования занятости, осуществляемая, в первую очередь, маркетингом.

Маркетинг персонала - это вид деятельности, направленный на достижение оптимального соответствия между спросом и предложением рабочей силы с целью удовлетворения потребности в труде