

ИННОВАЦИОННЫЙ ЕВРАЗИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
МАГИСТРАТУРА

Кафедра «Экономика»

Магистерская диссертация

**ПОВЫШЕНИЕ ДОХОДНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ПОФ РГП «КАЗАХАВТОДОР»)**
6N0506 «Экономика»

Исполнитель  15.06.09 О.А. Гульм

Научный руководитель

к.э.н.  15.06.09 Л.И. Кашук

Допущена к защите:

Зав. кафедрой «Экономика»

к.э.н.  З.А. Арынова

Павлодар, 2009

Министерство образования и науки Республики Казахстан
Инновационный Евразийский Университет

Магистратура

Направление подготовки 6N0506 Экономика

(ШКОЛА И НАИМЕНОВАНИЕ)

Кафедра «Экономика»

ЗАДАНИЕ

на выполнение магистерской диссертации

Магистранту (ке) Тулун Олге Александровне

Тема диссертации Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере АОФ РЭП «Казахавтор»

утверждена приказом по университету от «29» декабря 2007 г. № 13/2.1-01/2646

Срок сдачи законченной диссертации июнь 2009

Исходные данные к диссертации Законы РК № 143 - III «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности», Устав АОФ РЭП «Казахавтор», Закон РК № 303 «О государственной закупке», Бухгалтерский баланс АОФ РЭП «Казахавтор» за 2005 - 2008 года, Отчет о прибылях и убытках АОФ РЭП «Казахавтор» за 2005 - 2008 года

Перечень подлежащих разработке в магистерской диссертации вопросов или краткое содержание:

а) Теоретические аспекты повышения доходности и конкурентоспособности на предприятии

б) Анализ доходности и оценка конкурентных позиций АОФ РЭП «Казахавтор»

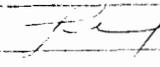
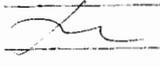
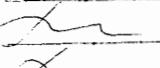
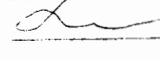
В) Совершенствованные механизмы повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях

Перечень графического материала с точным указанием обязательных чертежей
Фактора, определяющие конкурентоспособность предприятия и система показателей её оценки, Фактора, определяющие рентабельность предприятия, SWOT-анализ деятельности АОФ РСП «Казахавтнефть», Коэффициентов рентабельности АОФ РСП «Казахавтнефть», Механизмы повышения доходности

Рекомендуемая основная литература

Чайнишова Л. Н. «Конкурентоспособность предприятия»,
Финансовый менеджмент - Учебник под ред. Е. С. Стахановой, Симаки Л., Дюбо С. Практическое руководство по оценке рисков рынка,
Ковалев В. В. «Финансовый анализ»

Консультации по диссертации, с указанием относящихся к ним разделов диссертации

Раздел	Консультант	Сроки	Подпись
1. Теоретические аспекты повышения доходности и конкурентоспособности предприятия	Кашук Л. И.	сентябрь - октябрь 2008	
2. Анализ доходности и оценка конкурентных позиций АОФ РСП «Казахавтнефть»	Кашук Л. И.	ноябрь - декабрь 2008	
3. Совершенствованные механизмы повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях	Кашук Л. И.	январь - февраль 2009	
Введение, Заключение	Кашук Л. И.	апрель 2009	
Графическая часть	Кашук Л. И.	апрель 2009	

РЕФЕРАТ

Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка (50 источников), изложена на 111 страницах, включает 16 таблиц, 23 рисунка, пять приложений.

Ключевые термины и определения, используемые в работе: доходность, показатели доходности, абсолютные и относительные показатели доходности, уровень доходности, рентабельность, конкурентоспособность предприятия, конкурентоспособность государственного предприятия, показатели конкурентоспособности, уровень конкурентоспособности, эффективность, количественные и качественные показатели конкурентоспособности, конкурентные позиции, конкурентные преимущества, методы оценки конкурентоспособности, механизмы повышения доходности и конкурентоспособности.

Объектом исследования является доходность и конкурентоспособность государственного предприятия в условиях рынка.

Целью работы является разработка, на основе проведенного исследования комплекса мероприятий по повышению доходности и конкурентоспособности государственного предприятия в условиях рынка.

Методы исследования. Научно-исследовательские работы проводились с помощью следующих методов: статистические и математические методы, логика, общенаучные методы (системный подход, структурно-функциональный анализ), метод коэффициентов, индукция и дедукция, анализ и синтез.

В работе исследована специфика понятий доходность и конкурентоспособность в системе показателей деятельности государственных предприятий. Разработаны и обоснованы мероприятия, направленные на повышение доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли. В основу механизмов повышения доходности и конкурентоспособности положены логистический подход к организации многопроектной деятельности дорожных служб, использование метода борьбы с зимней скользкостью на автомобильных дорогах, основанного на применении солевых растворов, а также использование современных методов и средств ямочного ремонта дорожных покрытий.

Новизна исследования заключается в следующем:

- исследовано взаимовлияние и взаимозависимость показателей доходности и конкурентоспособности предприятия;
- применены современные подходы к оценке доходности и конкурентоспособности государственного предприятия;
- предложено и обосновано применение метода борьбы с зимней скользкостью на автомобильных дорогах, основанного на использовании солевых растворов;
- обосновано внедрение современных систем мониторинга и контроля транспорта, как эффективного средства сокращения расходов на ГСМ и повышения эффективности деятельности дорожно-строительного предприятия в целом.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	6
1. Теоретические аспекты повышения доходности и конкурентоспособности на предприятии	10
1.1. Экономическая сущность категорий «доходность» и конкурентоспособность и их взаимовлияние	10
1.2. Система показателей оценки доходности и конкурентоспособности и факторы их определяющие	20
1.3. Теория и практика повышения доходности и конкурентоспособности зарубежных компаний	35
2. Анализ доходности и оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор»	46
2.1. Характеристика ПОФ РГП «Казахавтодор» и оценка его финансового состояния	46
2.2. Оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор»	60
2.3. Анализ доходности ПОФ РГП «Казахавтодор»	72
3. Совершенствование механизма повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях	79
3.1. Проблемы повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях дорожно-строительной отрасли и пути их решения	79
3.2. Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности	90
Заключение	100
Список использованных источников	104
Приложения	107

ОБОЗНАЧЕНИЯ И СОКРАЩЕНИЯ

РГП «Казахавтодор» - Республиканское государственное предприятие «Казахавтодор»
ПОФ РГП «Казахавтодор» - Павлодарский областной филиал республиканского государственного предприятия «Казахавтодор»
РГКП - Республиканское государственное казенное предприятие
ДЭУ - дорожно-эксплуатационный участок
ДЭП - дорожно-эксплуатационный пункт
ЛПУ - лесопосадочное управление
ДЭРСУ - дорожно-эксплуатационный ремонтно-строительный участок
МТК РК – Министерство транспорта и коммуникаций Республики Казахстан
ШПО – шероховато-поверхностная обработка
МСТ - мобильный связной терминал
АБЗ - асфальтобетонный завод
МАК-технологии – технология строительства автомобильных дорог, предусматривающая использование гелеобразного битума
МАК-асфальтобетон (англ. Multigrade Asphalt Cement) - асфальтобетон, основанный на применении в качестве вяжущего битума с измененной пространственной структурой

ВВЕДЕНИЕ

Стремление к повышению доходности и гарантированной ликвидности являются генеральными и глобальными целями любого предприятия.

Доходность является первоочередным стимулом к созданию новых или развитию уже действующих предприятий. Она побуждает предпринимателей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Работая прибыльно, каждое предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

В стремлении к повышению доходности бизнеса многие предприятия основной из стратегических целей ставят захват доли рынка у конкурентов. Однако усилия менеджмента в области захвата рыночной доли могут быть контрпродуктивными и в большинстве случаев негативно сказываются на прибыльности бизнеса.

Среди основных факторов повышения доходности выделяются такие как ценообразование, снижение себестоимости продукции и управленческий контроль.

Ценообразование является одним из общепринятых путей повышения доходности. Повышение цен, как правило, приводит к росту дохода, а понижение может повлиять на увеличение объёмов продаж (увеличению доли рынка), и как следствие привести к росту дохода. Ценообразование является важным и очень тонким механизмом повышения доходности предприятия. Выбор политики ценообразования обусловлен конъюнктурой рынка, спросом на продукцию и во многом действиями конкурентов.

Ценообразование тесно связано с другим экономическим методом повышения дохода – снижением издержек. Традиционно именно за счёт снижения издержек заключающегося в снижении потребления трудовых и материальных ресурсов возможно снижение себестоимости продукции и, следовательно, снижение продажной цены.

Стратегию, основанную на снижении издержек сложнее реализовать. Однако, практически на каждом предприятии имеются резервы для снижения затрат до рационального уровня, что позволяет добиться повышения экономической эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности. Для усиления конкурентоспособности предприятий необходимо либо снижать себестоимость работ, либо объективно доказывать обоснованность затрат заказчику.

Актуальность исследования заключается в том, что большинство дорожно-строительных компаний, заинтересованных в возможности наиболее эффективным образом выполнять поставленные перед ними задачи, не всегда осведомлены о тех рабочих инструментах, которые сегодня позволяют это делать. Эти обстоятельства и определили объективную необходимость и актуальность темы исследования.

Существенный вклад в разработку теоретических и практических проблем повышения доходности и конкурентоспособности внесли: Ричард Кох, Шеремет А.Д., Сайфулин Р.С., Г.Л., Р.А. Фатхутдинов, В.Л. Лунев, Донцова Л.В., Рубин Ю.Б., Мескон М.Х., Азоев, А.П. Градов, Дж. Дей, М.И. Кныш, Е.В. Ленский, И. Липсиц, Н.П. Лукьянчикова, В.Н. Немцов, Н.Т. Савруков, Н.Е. Симонова, И.А. и др.

Серьезный вклад в исследование проблем организации деятельности предприятия подотрасли дорожного строительства внесли такие ученые, как Андреев Л.С., Бланк И.А., Буров В.П., Воропаев В.И., Дронов Р.И., Жаворонков Е.П., Ковалев В.В., Косов В.В., Липский Г.Е., Попов В.М., Резник А.И., Темишев Р.Р., Gitman L.J., Wilson R.M.S., Chua W.F.

Объектом исследования является доходность и конкурентоспособность государственного предприятия в условиях рынка.

Предметом исследования является совокупность теоретических, методических и практических подходов к повышению доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли.

Целью работы является разработка, на основе проведенного исследования комплекса мероприятий по повышению доходности и конкурентоспособности государственного предприятия в условиях рынка.

Для достижения поставленной цели в работе предполагается решить следующие задачи:

- идентифицировать содержание понятий доходность и конкурентоспособность;
- выявить и охарактеризовать совокупность факторов, формирующих конкурентоспособность и определяющих доходность предприятия;
- уточнить показатели и критерии оценки конкурентоспособности и уровня доходности предприятий;
- проанализировать и оценить конкурентоспособность ПОФ РГП «Казахавтодор» в том числе с позиции доходности;
- выявить особенности деятельности государственного предприятия в условиях рынка;
- выявить проблемы повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли и обосновать пути их решения;
- разработать механизмы повышения доходности и конкурентоспособности ПОФ РГП «Казахавтодор» в условиях рынка.

Положения диссертации, выносимые на защиту:

- взаимосвязь понятий доходность и конкурентоспособность в системе показателей деятельности государственных предприятий;
- механизм и результаты оценки доходности и конкурентоспособности государственного предприятия дорожно-строительной отрасли;
- дерево проблем повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли и пути их решения;
- механизмы повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли в современных условиях.

Новизна исследования заключается в следующем:

- исследовано взаимовлияние и взаимозависимость показателей доходности и конкурентоспособности предприятия;
- применены современные подходы к оценке доходности и конкурентоспособности государственного предприятия;
- предложено и обосновано применение метода борьбы с зимней скользкостью на автомобильных дорогах, основанного на использовании солевых растворов;
- обосновано внедрение современных систем мониторинга и контроля транспорта, как эффективного средства сокращения расходов на ГСМ и повышения эффективности деятельности дорожно-строительного предприятия в целом.

Теоретической и методологической основой диссертационного исследования послужили труды отечественных и зарубежных ученых и практиков, рассматривающих соотношение конкурентных усилий и доходности мировых компаний, исследующих общетеоретические проблемы повышения доходности и конкурентоспособности предприятий; материалы научных конференций, статьи специалистов-практиков, исследующих механизмы повышения доходности и конкурентоспособности, статистические и другие материалы, имеющие непосредственное отношение к теме диссертации. В процессе работы были использованы методы, применяемые как на теоретическом уровне исследования (абстрагирование, анализ, синтез), так и на эмпирическом (наблюдения и сравнения), также методы экономического, финансового анализа и статистики, обобщающие показатели.

Теоретическая и практическая значимость состоит в том, что исследована специфика понятий доходность и конкурентоспособность в системе показателей деятельности государственных предприятий. Разработаны и обоснованы мероприятия, направленные на повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли. В основу механизмов повышения доходности и конкурентоспособности положены логистический подход к организации многопроектной деятельности дорожных служб, использование метода борьбы с зимней скользкостью на автомобильных дорогах, основанные на применении солевых растворов, а также использование современных методов и средств ямочного ремонта дорожных покрытий.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертации докладывались на вузовских научно-практических конференциях и рассматривались в публикациях:

1 Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтодор») // Материалы Международно научно-практической конференции «Наука и инновации - 2008» - г. Днепропетровск

2 Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (по материалам ПОФ РГП «Казахавтодор») // Вестник ИнЕУ, 2009 №1

3 Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности предприятия автодорожной отрасли // Вестник ИнЕУ, 2009 №3.

Публикации. По теме исследования опубликовано три научных статьи общим объемом 0,91 п.л., из них лично автором 0,91 п.л.

Структура и объем работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка (50 источников), изложена на 111 страницах, включает 16 таблиц, 23 рисунка, 5 приложений.

Во введении обоснована актуальность темы, определена цель и задачи исследования, его научная новизна и практическая значимость.

В первой главе «Теоретические аспекты повышения доходности и конкурентоспособности на предприятии» исследована экономическая сущность категорий «доходность» и конкурентоспособность и их взаимовлияние, рассмотрена система показателей оценки доходности и конкурентоспособности и факторы их определяющие, а также исследована теория и практика повышения доходности и конкурентоспособности зарубежных компаний.

Во второй главе «Анализ доходности и оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор» дана характеристика ПОФ РГП «Казахавтодор» и оценка его финансового состояния, проанализированы конкурентные позиции ПОФ РГП «Казахавтодор» на рынке дорожно-строительных работ с обоснованием слабых и сильных сторон предприятия, проведен анализ доходности ПОФ РГП «Казахавтодор».

В третьей главе «Совершенствование механизма повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях» исследованы проблемы дорожно-строительных предприятий в современных условиях и обоснованы пути их решения, разработан комплекс мероприятий, направленных на повышение доходности и конкурентоспособности дорожно-строительных предприятий Павлодарской области.

В заключении представлены выводы и обобщены результаты проведенного исследования.

1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

1.1 Экономическая сущность категорий «доходность» и «конкурентоспособность» и их взаимовлияние

Выбор цели является, пожалуй, наиболее важным и ответственным моментом в процессе выработки и принятия управленческих решений. С формирования целей начинается цикл управления организацией. Цели должны быть ясными и понятными не только для руководства, но и для всего коллектива и отражать социальную значимость и общественную полезность деятельности организации [1, с. 235].

Выбор цели зависит от желаемого конечного результата деятельности предприятия, потому что цель это то чего желают достичь люди. Цели достигаются через действия (реализация желаний) при помощи определенных средств. По своей природе они могут быть экономическими, например максимизация личного дохода, и неэкономическими, например стремление к самореализации личности. Таким образом, цели предприятия есть производные от индивидуальных целей людей.

Сохранение и успешное развитие предприятия является высшей целью с точки зрения всех заинтересованных групп. В условиях рыночной экономики это достигается при стремлении к оптимальному результату при постоянном соблюдении определённого уровня ликвидности. Таким образом, стремление к повышению доходности и гарантированной ликвидности являются генеральными и глобальными целями в системе целей предприятия.

Доходность является первоочередным стимулом к созданию новых или развитию уже действующих предприятий. Доходность побуждает предпринимателей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Работая прибыльно, каждое предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

В экономической теории различают два вида дохода: во-первых, доход как понятие частнохозяйственное, т. е. на микроуровне: доходы по найму, доходы от предпринимательской деятельности; во-вторых, доход как понятие народно-хозяйственное, т.е. на макроуровне.

В общем смысле доход – это денежные средства, полученные в результате хозяйственной деятельности за определенный промежуток времени. Это итог работы предприятия, физического лица, либо всего общества в денежном выражении.

Доходами предприятия признается увеличение экономических выгод в результате поступления активов и/или погашения обязательств, приводящее к увеличению капитала этой организации, за исключением основных вкладов участников (собственников имущества). Доходы организации делятся на: доходы от обычных видов деятельности; операционные доходы; внереализационные доходы; чрезвычайные доходы. Основной удельный вес в

общей сумме доходов эффективно работающего предприятия занимают доходы от обычных видов деятельности. Под обычными видами деятельности понимается изготовление продукции, перепродажа товаров или оказание услуг, т. е. те виды деятельности, с целью осуществления которых создано предприятие. [2, с. 97]

В целом результативность деятельности любого предприятия можно оценивать с помощью абсолютного показателя – прибыль и относительного – рентабельность как показано на рисунке 1.

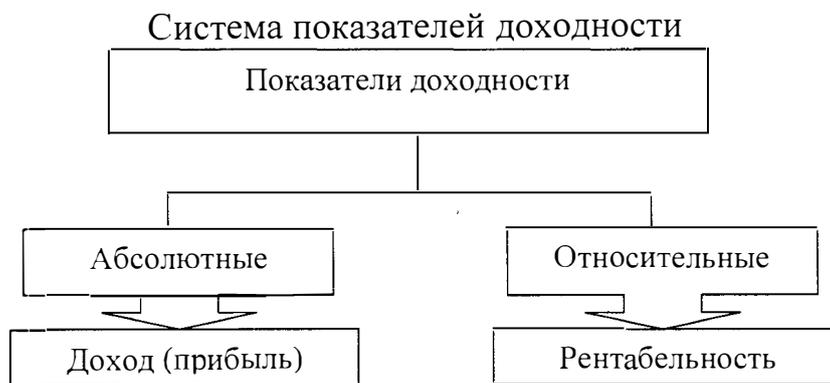


Рисунок 1

Прибыль представляет собой выраженный в денежной форме чистый доход, представляющий собой разницу между совокупным доходом и совокупными затратами. Предприятие получает прибыль, если выручка от продажи превышает себестоимость реализованной продукции (работ, услуг).

Относительные показатели меньше подвержены влиянию инфляции т.к. представляют собой различные соотношения прибыли и вложенного капитала, или прибыли и производственных затрат.

К абсолютным показателям относят: доход от реализации продукции (работ, услуг); валовой доход; доход от основной деятельности; доход от неосновной деятельности; доход от обычной деятельности до налогообложения; доход от обычной деятельности после налогообложения; доход от чрезвычайных ситуаций; чистый доход, являющийся конечным финансовым результатом деятельности предприятия.

Как экономическая категория доход характеризует финансовый результат предпринимательской деятельности предприятий. Доход является показателем, который наиболее полно отражает эффективность производства, объём и качество произведённой продукции, состояние производительности труда, уровень себестоимости. Вместе с тем доход оказывает стимулирующее воздействие на укрепление коммерческого расчёта, интенсификацию производства [3, с. 423]

Основная причина увеличения дохода – рост цен. Таким образом, абсолютное увеличение дохода не всегда свидетельствует о повышении эффективности производства в результате трудовых достижений коллектива.

Размеры дохода и возможности его роста находятся в сложной зависимости от целого ряда факторов, важнейшие из которых следующие:

- объём реализации;
- структура стоимости реализуемой продукции (доля её в составе переменных, постоянных затрат и прибыли);
- величина других доходов и расходов, входящих в состав прибыли (проценты полученные и уплаченные, доходы от участия в других организациях, прочие операционные и внереализационные доходы и расходы);
- уровень налогообложения прибыли.

Таковы факторы, влияющие на величину дохода, остающегося в распоряжении предприятия, иначе его называют чистым доходом. [4, с. 218]

В связи с тем, что подавляющую часть валового дохода предприятия получают от реализации товарной продукции, этой части дохода должно быть уделено главное внимание.

Важнейшим фактором, влияющим на величину дохода от реализации продукции, является изменение объёма производства и реализации продукции. Чем больше объём реализации, в конечном счёте, тем больше дохода получит предприятие, и наоборот.

Вторым, не менее важным фактором, влияющим на величину дохода от реализации товарной продукции, является изменение уровня себестоимости продукции. Чем ниже себестоимость продукции, определяемая уровнем затрат на её производство и реализацию, тем выше доход, и наоборот.

Фактором, напрямую определяющим величину дохода предприятия от реализации продукции, являются применяемые цены. Свободные цены устанавливаются предприятием в зависимости от конкурентоспособности данной продукции, спроса и предложения аналогичной продукции другими производителями. Поэтому уровень свободных цен на продукцию в определённой степени является фактором, зависящим от предприятия. Не зависящим от предприятия фактором выступают государственные регулируемые цены.

Свободные и государственные регулируемые цены представляют собой третий крупный фактор, определяющий объём прибыли от реализации товарной продукции. [5, с. 71]

Кроме указанных выше факторов на величину дохода от реализации влияют изменения в структуре производимой и реализуемой продукции. Чем выше доля более рентабельной продукции, тем больше дохода получит предприятие. Увеличение доли малорентабельной продукции повлечёт за собой сокращение дохода. [6, с. 89]

Таким образом, рассмотренные выше основные факторы, воздействующие на объём дохода от реализации товарной продукции и на чистый доход предприятия, как в сторону увеличения, так и уменьшения, должны являться предметом тщательного анализа, прежде всего со стороны самого предприятия, для принятия обоснованных экономических решений в целях повышения доходности своей деятельности.

Важная роль в системе экономических показателей эффективности предпринимательской деятельности принадлежит показателю рентабельности. Если прибыль выражается в абсолютной сумме, то рентабельность – это

относительный показатель интенсивности производства, так как отражает уровень прибыльности относительно определённой базы. И здесь финансовый аналитик часто подвергается искушению рассчитать всё, что только можно, от начала до конца, т.к. данный коэффициент может быть частным от деления любой величины на любую другую. Поэтому в отношении коэффициентов рентабельности необходимо делать тщательный отбор, выбирать несколько содержащих действительно важную и необходимую информацию. Таких показателей, по мнению большинства авторов всего три. Представим их на рисунке 2.

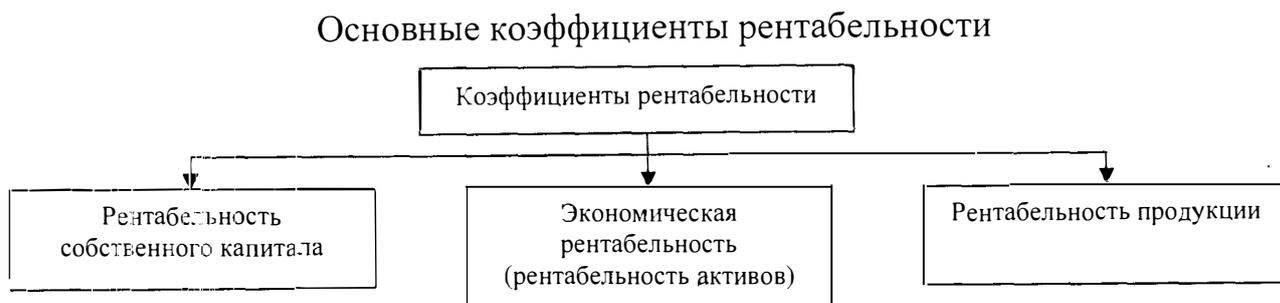


Рисунок 2

В процессе анализа предпринимательской деятельности предприятий широко используется показатель рентабельности продукции, исчисляемый как отношение дохода от реализации продукции к полной себестоимости этой продукции. Применение этого показателя рентабельности наиболее рационально при внутрихозяйственных аналитических расчетах, при контроле за прибыльностью отдельных видов изделий, внедрении в производство новых видов продукции и снятии с производства неэффективных изделий.

Учитывая, что доход связан как с себестоимостью изделия, так и с ценой, по которой оно реализуется, рентабельность продукции может быть исчислена как отношение дохода к стоимости реализованной продукции по свободным или регулируемым ценам, т.е. к доходу от реализации. Отсюда такой показатель рентабельности стал называться рентабельностью продаж. [6, с. 93]

Показатели рентабельности продукции и рентабельности продаж взаимосвязаны и характеризуют изменение текущих затрат на производство и реализацию как всей продукции, так и отдельных её видов. В связи с этим при планировании ассортимента производимой продукции учитывается, насколько рентабельность отдельных видов будет влиять на рентабельность всей продукции. Очень важно сформировать структуру производимой продукции в зависимости от изменения удельных весов изделий с большей или меньшей рентабельностью с тем, чтобы в целом повысить эффективность производства и получить дополнительные возможности максимизации прибыли. [6, с. 94]

Рост любого показателя рентабельности обусловлен позитивными экономическими явлениями и процессами. Это, прежде всего, совершенствование системы управления производством в условиях рыночной экономики на основе преодоления кризиса в финансово-кредитной и денежной системах; повышение эффективности использования ресурсов предприятиями

на основе стабилизации взаимных расчётов и системы расчетно-платёжных отношений: индексация оборотных средств и чёткое определение источников их формирования.

Важным фактором роста рентабельности является работа предприятия по ресурсосбережению, что ведёт к снижению себестоимости, а следовательно к росту прибыли. Дело в том, что развитие производства за счёт экономии ресурсов на переходном этапе намного дешевле, чем разработка новых месторождений и вовлечение в производство новых ресурсов. [6, с. 97]

Помимо рассмотренных выше факторов следует выделить такие как:

- технико-экономические параметры хозяйственной деятельности предприятия, соответствующие требованиям спроса на рынке товаров;
- соотношение спроса и предложения с учётом ценовой эластичности товара;
- уровень конкурентоспособности производства и продукции;
- ресурсное обеспечение и условия реализации продукции и т.п..

Для рыночной экономики характерна жёсткая конкуренция, поэтому должна быть установлена нижняя граница рентабельности, которая позволит обеспечить нормальное функционирование предприятия. Соответствующий уровень рентабельности может быть достигнут на основе чёткого, экономически обоснованного плана, в котором увязаны потенциальные возможности предприятия с конъюнктурой рынка. Применение предполагаемого подхода обусловлено тем, что в условиях рынка требуются многовариантные пути решения задач. Выбор соответствующего варианта или нескольких альтернативных вариантов может основываться на минимизации вероятностной ошибки, что позволит установить уровень рентабельности, необходимый для решения финансово-производственных проблем предприятия.

Любое предприятие стремится к повышению рентабельности (доходности) своего бизнеса. Однако, ведение бизнеса – это борьба, поэтому совсем неудивительно, что практически все компании стремятся победить своих конкурентов. В середине XX в. начала набирать популярность стратегия захвата доли рынка, которая на настоящий момент является доминирующей в мировом бизнесе. Захват доли рынка у конкурентов в настоящее время одна из основных стратегических задач большинства казахстанских и мировых компаний. Но усилия менеджмента в области захвата рыночной доли могут быть контрпродуктивными и в большинстве случаев негативно сказываются на прибыльности бизнеса, как показано в недавнем исследовании профессора маркетинга из бизнес-школы Wharton Дж. Скотта Армстронга, который в течение многих лет наблюдает за соотношением конкурентных усилий и доходности мировых компаний. По его мнению, можно с уверенностью утверждать: «чем сильнее вы стремитесь конкурировать, тем меньше ваша прибыльность». [7]

Для раскрытия вопроса взаимовлияния конкурентоспособности на доходность предприятия необходимо раскрыть сущность категории конкурентоспособность.

В настоящее время в ряде источников понятие конкурентоспособности активно используется в анализе теоретической и практической проблематики. При этом в ряде случаев такой анализ представляет значительную ценность применительно к предметной области, рассматриваемой в данной работе. Прежде чем определить конкурентоспособность как экономическую категорию, целесообразно рассмотреть опыт использования этого понятия в исследовательской практике и выявить сущность понятия.

Исследование современных проблем конкурентоспособности нашло отражение в трудах отечественных и зарубежных ученых: Г.Л. Азоева, Г. Аселья, А.П. Градова, Дж. Дей, М.И. Кныша, Е.В. Ленского, И. Липсица, Н.П. Лукьянчиковой, В.Н. Немцова, Н.Т. Саврукова, Н.Е. Симоновой, И.А. Спиридонова, Р.А. Фатхутдинова, Д. Шанка, А.Ю. Юданова и др.

В научной литературе понятие конкурентоспособности имеет различные интерпретации, по разному анализируется, в частности, в зависимости от того, к какому экономическому объекту оно применяется. Критерии, характеристики и факторы динамики конкурентоспособности на уровне предприятия, отрасли, национального хозяйства, отдельного региона несомненно имеют свою специфику.

Конкурентоспособность предприятия характеризуется его потенциальными возможностями обеспечивать доходность своего бизнеса в долгосрочной перспективе.

Конкурентоспособность является агрегированным показателем, содержащим в себе как характеристики самого хозяйствующего субъекта, так и выпускаемого продукта или услуги.

Для того чтобы определить понятие «конкурентоспособность» как экономическую категорию следует рассмотреть следующие вопросы:

– каким компонентам экономической системы присуще свойство конкурентоспособности;

– каким образом это свойство связано с другими, уже известными свойствами экономических объектов.

Для ответа на поставленные вопросы попытаемся выделить основные компоненты конкуренции. Известно определение конкуренции, приведенное в Законе РК «О конкуренции»: конкуренция — состязательность субъектов рынка, при которой их самостоятельные действия эффективно ограничивают возможность каждого из них односторонне воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.[8]

Согласно М. Кныш, рыночная конкуренция или конкуренция в самоорганизующейся экономической системе - это борьба фирмы за ограниченный объем платежеспособного спроса со стороны потребителей, ведущаяся фирмами на доступном им сегменте рынка. [9, с. 92]

Приведенные определения не дают возможности каким-либо образом вывести особенности конкурентоспособности как исследуемой категории. Очевидно, требуется проведение анализа на иных основах. Мало найдется экономических понятий, относительно которых разногласия носили бы столь выраженный характер. Понимая, что свойство конкурентоспособности изделий объективно существует, и в то же время, ощущая отсутствие единства взглядов

в этом вопросе, очень многие исследователи стремятся оперировать релевантной терминологией, не объясняя, что же они имеют в виду. Например, профессор Ю. Кормнов утверждает, что универсального определения конкурентоспособности нет и быть не может, а все зависит от того, применительно к какому объекту (предмету) или субъекту оно относится. [10, с. 24] Положение усложняется еще и тем, что конкурентоспособность может оказаться непосредственным или вспомогательным сосредоточием исследовательских интересов во многих областях знаний, начиная от вполне традиционных, бесспорно входящих в концепцию маркетинга, до относительно новых для нас, скажем, сферы образования.

П. Завьялов прямо отмечает необходимость терминологической регламентации в данной области, однако, попытка сформулировать определение конкурентоспособности как экономической категории сводится к понятию качества. Автор в процессе исследования конкурентоспособности как обобщенной экономической проблемы требует учитывать следующие факторы:

- необходима, прежде всего, количественная оценка экономических объектов, являющихся носителями свойства конкурентоспособности, без чего поддержание уровня конкурентоспособности, его повышение носит субъективный характер;

- универсальное общепринятое понятие конкурентоспособности отсутствует;

- к числу основных параметров, которые определяют уровень конкурентоспособности, относятся многослойность, относительность и конкретность;

- конкурентоспособность определяется с использованием результатов сопоставлений как предприятий, так и их продуктов. [11, с. 46]

И. Фаминский, отмечая дефицит работ по проблемам конкурентоспособности, выделяет существенные на его взгляд вопросы, связанные с термином «конкурентоспособность»:

- многовариантность, которая приводит к тому, что ряд исследователей под конкурентоспособностью понимают лишь некоторые технические характеристики продукции, фирмы или отрасли;

- относительность, которая проявляется в том, что конкурирующий на одних рынках товар будет совершенно неконкурентоспособен на других;

- различие подходов к оценке и анализу конкурентоспособности на разных ее уровнях: уровне товара, предприятия, отрасли и, наконец, на уровне национальной экономики в целом. [11, с. 46]

Г. Азгальдов, отмечает, что конкурентоспособность и качество нередко трактуются как синонимы, тем не менее сводит поставленную проблему к квалиметрии. При этом из контекста становится ясно, что в данном случае качество продукции отождествляется с набором технических характеристик товара. Конкурентоспособность изделия с точки зрения автора определяется в процессе сопоставления затрат, понесенных покупателем, и результата, достигнутого покупателем с использованием приобретенного изделия. [11, с. 48]

Важным моментом, влияющим на содержание понятия конкурентоспособности, является соотношение этого понятия с понятиями «качество» и «технический уровень», которыми подчас подменяется понятие конкурентоспособности.

Понятия «технический уровень» и «конкурентоспособность» являются весьма близкими, прежде всего в силу своей относительности. Они определяются путем сопоставления свойств исследуемого изделия со свойствами некоторых изделий-аналогов. Неправомерно отождествлять понятие «конкурентоспособность» с понятиями «качество» и «технический уровень», так как последние - это характеристики близости свойств продукции в целом к заданному уровню. Конкурентоспособность же определяется совокупностью только тех свойств, которые представляют интерес для конкретных деловых партнеров, таких как инвесторы, кредиторы, поставщики, потребители, посредники. Профессор Р.А. Фатхутдинов определяет конкурентоспособность как «...свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке» [9, с. 270].

Следует также остановиться на использовании термина «конкурентоспособность» применительно к элементам экономических систем, не относящихся к продукции. Прежде всего, это промышленные предприятия, производящие продукцию, которая оценивается с точки зрения конкурентоспособности, отрасли и, наконец, регионы и страны. Практически во всех публикациях авторы, не заявляя это в явном виде, исходят из того, что конкурентоспособный объект это объект, который способен обеспечивать прибыль, а стало быть, совершенствование конкурентоспособности является эффективной операцией.

По мнению В.Л. Лунева, конкурентоспособность предприятия представляет собой возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Эта реализация обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Производство и реализация конкурентоспособных товаров (услуг) - обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, умения эффективно использовать свой финансовый, производственный, научно-технический и трудовой потенциалы. Иначе говоря, показатель конкурентоспособности предприятия, по мнению автора - это зеркало, в котором отражаются итоги деятельности всех его служб и подразделений, а так же реакция предприятия на изменение внешних факторов воздействия. [11, с. 48]

Если обобщить высказываемые различными авторами взгляды на конкурентоспособность фирм и организаций, можно сделать вывод, что конкурентоспособными можно считать те хозяйствующие субъекты, которые функционируют эффективно и предоставляют потребителю конкурентоспособные товары и услуги. В этом смысле проработка проблемы конкурентоспособности активных экономических субъектов мало, чем отличается от уровня осмысления конкурентоспособности изделий.

Далее, конкурентоспособность может в определенных условиях оказаться тождественной таким экономическим категориям, как качество, или

эффективность. Отсюда следует, что с операционной точки зрения для решения проблемы конкурентоспособности могут привлекаться традиционные теоретические и практические методы и средства решения экономических задач, связанных в той или иной степени с проблематикой качества и эффективности.

Из сказанного вытекает, что конкурентоспособность является категорией динамической, причем ее динамика обусловлена, прежде всего, внешними факторами, значительная часть которых может рассматриваться как управляемые параметры. Конкурентоспособность предприятия должна включать в себя помимо конкурентоспособности продукции производственные и управленческие факторы. Принимая во внимание изложенное выше, понятие конкурентоспособности может быть сформулировано следующим образом: конкурентоспособность как экономическая категория характеризует экономическую ситуацию, включая проектные, производственные, распределительные и потребительские аспекты результатов экономической деятельности. Конкурентоспособность присуща всем элементам экономической системы, однако, проявляется в ситуациях конкурентной борьбы, результатом которой должно стать перераспределение рынка.

Проведенное исследование показывает неоднозначность в толковании понятий, связанных с конкурентоспособностью предприятия, наличие различных трактовок в зависимости от освещения поставленных в них вопросов. В общем случае термин «конкурентоспособность» определяется, как способность конкурировать, т.е. бороться или противостоять чему-либо.

Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия» позволили сформировать таблицу 1.

Таблица 1

Обзор определений понятия «конкурентоспособность предприятия» [12, с. 20]

Автор	Определение понятия «конкурентоспособность предприятия»
Р.А. Фатхутдинов	Свойство объектов, характеризующее степень удовлетворения конкретной потребности по сравнению с лучшими аналогичными объектами, представленными на данном рынке
В.Л. Лунев	Возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.
Донцова Л.В.	Способность предприятия противостоять на рынке другим изготовителям аналогичной продукции (услуги) как по степени удовлетворения своими товарами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности
Рубин Ю.Б.	Реальная и потенциальная способность компании, а также имеющихся у них возможностей и способностей проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам в комплексе более привлекательны для потребителей, чем товары конкурентов

Продолжение таблицы 1

Автор	Определение понятия «конкурентоспособность предприятия»
Млоток Е.	Сравнительное преимущество фирмы по отношению к другим фирмам данной отрасли внутри национальной экономики и за ее пределами
Джакот Д.Х.	Способность компании реализовывать свою продукцию по цене, обеспечивающей рост и выполнение обязательств перед третьими лицами (обеспечение определенного уровня рентабельности, формирования основных фондов, возврата инвестиционного капитала)
Сергеев И.В.	Под конкурентоспособностью предприятия понимается способность предприятия производить конкурентоспособную продукцию за счет его умения эффективно использовать финансовый, производственный и трудовой потенциал
Мескон М.Х.	Относительная характеристика, которая выражает отличия развития данной фирмы от степени удовлетворения своими товарами потребности людей и по эффективности производственной деятельности конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику приспособления к условиям рыночной конкуренции
Самодуров Д.О.	Способность предприятия разрабатывать, производить и продавать свою продукцию на рынке по цене, обеспечивающей в полном объеме его финансово экономических обязательств, а также количественный и качественный рост его потенциала
Миронов М.Г.	Способность изготавливать и сбывать товар с большей конкурентоспособностью, чем у конкурента
Коно Т.	Совокупность следующих характеристик: захваченная предприятием доля рынка; способность предприятия к производству, сбыту и развитию; способность высшего звена руководства к реализации, поставленной цели
Ермолов М.О.	Относительная характеристика, отражающая отличие процесса производства данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности

Анализ структуры и содержания формулировок понятия «конкурентоспособность предприятия» позволяет сделать следующие выводы:

– понятия «конкурентоспособность предприятия», предложенные различными авторами характеризуют только один из множества аспектов конкурентоспособности предприятия, выделенных самими авторами, каждым в своей области;

– многообразие подходов к формированию понятия. Если один из авторов под конкурентоспособностью предприятия понимает свойство объекта, другой - совокупную эффективность производства, третий - потенциальную возможность фирм, четвертый - способность экономического объекта противостоять среде;

– конкурентоспособность предприятия как экономическая категория рассматривается относительно конкретного рынка;

– конкурентоспособности присущ динамический характер - ее имеет смысл рассматривать лишь применительно к конкретному моменту времени, с учетом изменений во времени рыночной конъюнктуры;

– проблема конкурентоспособности предприятия относится лишь к нестационарному недефицитному рынку.

Существует множество способов повышения конкурентоспособности бизнеса, однако это негативно сказывается на доходности и наоборот. Рассмотрим некоторые из них.

Действия, направленные на увеличение доли рынка в существующих сегментах:

– снижение цен. Цены должны быть снижены, если:

1) рынок или важная и прибыльная его часть чувствительны к цене;

2) компания твердо уверена, что конкуренты не будут, в свою очередь, надолго снижать цены или, во всяком случае, при обслуживании этого сегмента у компании будут более низкие издержки, чем у конкурентов. В последнем случае будет не столь принципиально, снизят ли конкуренты цены, потому что рано или поздно им придется вновь их повысить или уйти с сегмента (если только сегмент не столь важен для них, что они будут готовы нести убытки, для того чтобы сохранить долю рынка).

Ценовая чувствительность широко различается в зависимости от рынка, но трудно найти такие сегменты, которые в долгосрочном периоде могут не поддаваться попыткам производителей привлечь их высокой ценностью товара в обмен на уплату дополнительной суммы денег.

Снижение цен — это не очень популярная тактика, но она практически всегда эффективна при стремлении к увеличению доли рынка. Окупаемость может быть не очень быстрой: снижение цен обычно приводит к существенному сокращению прибыли на протяжении первых трех или пяти лет.

Снижение цен должно привести к формированию следующего эффективного цикла: увеличение доли рынка; непосредственно следующее за ним давление на внутренние издержки, вызванное более низкой прибылью; более высокий объем продаж, ведущий в ближайшем будущем к сокращению издержек на единицу продукции; еще большее увеличение доли рынка; давление на конкурентов, с тем чтобы они или вышли из бизнеса или перешли в сегменты, где цены более высокие; дальнейшее увеличение доли рынка; дальнейшее снижение себестоимости единицы продукции и т. д.;

– создание дополнительных свойств, ценностей, сервиса и качества. Эта тактика должна сопровождаться снижением издержек производства и не должна рассматриваться как его альтернатива. Надо сказать, что это гораздо более популярная тактика, чем снижение цены, а тех, кто достигает успеха, следуя ей, как правило, гораздо меньше. Это связано не с тем, что эта тактика плоха, а просто с тем, что ее гораздо сложнее реализовать. Однако те фирмы, которые являются успешными на протяжении более или менее длительного периода времени, практически всегда стараются предоставить своим покупателям нечто большее — больше, чем они предоставляли год назад, и больше, чем их конкуренты;

– устранение конкурента. В некотором смысле вся прибыльная экономическая деятельность подразумевает установление очень высокой относительной доли рынка на сегменте, установление монополии или по крайней мере олигополии. В общем, лучший способ достижения этой цели — обеспечение более качественного и дешевого обслуживания своих покупателей.

Но устранение конкурентов также чрезвычайно помогает. Механизмы антitrustовских и антимонопольных ограничений недостаточно тщательно отлажены или не столь распространены, для того чтобы препятствовать этому в большинстве случаев.

Практически единственным случаем, когда устранение значительного конкурента не помогает, является ситуация, когда входные барьеры незначительны и устранение одной фирмы может просто привести к тому, что на рынок придет другая, так что компании нужно будет оценить, насколько велики шансы того, что это произойдет. Если шансы незначительны, то приобретение конкурента или следование такой ценовой политике, которая вынуждает его уйти с рынка, практически всегда окупится сполна независимо от того, что показывает вам анализ затрат и результатов на данный момент. [7]

Итак, определив понятия «доходность» и «конкурентоспособность» и изучив влияние применения способов повышения конкурентоспособности на доходность, необходимо рассмотреть показатели, влияющие на эти категории.

1.2 Система показателей оценки доходности и конкурентоспособности предприятия и факторы их определяющие

Конкурентоспособность и финансовое состояние (уровень финансовой устойчивости) являются двумя основными факторами успешного развития бизнеса предприятия. [13]

Проводя оценку того или иного направления деятельности предприятия, необходимо точно знать какие показатели или система показателей наиболее полно и точно покажут реальную картину. В рамках исследуемой темы интерес представляет система показателей доходности (рентабельности) и конкурентоспособности. Следует отметить, что доходность предприятия характеризуется системой показателей, между которыми существует взаимосвязь и взаимозависимость. В свою очередь каждый из показателей доходности складывается под воздействием тех или иных процессов, происходящих в деятельности предприятия.

Показатели доходности характеризуют финансовые результаты и эффективность деятельности предприятия. Они измеряют доходность предприятия с различных позиций и группируются в соответствии с интересами участников экономического процесса.

Показатели доходности являются важными характеристиками факторной среды формирования прибыли предприятий. Поэтому они обязательны при проведении сравнительного анализа и оценке финансового состояния предприятия.

Показатели доходности предприятия позволяют дать оценку его финансовых результатов и в конечном счете эффективности.

Доходность хозяйствующего субъекта характеризуется абсолютными и относительными показателями. [14, 22]

Абсолютный показатель доходности - это сумма прибыли, или доходов.

Относительный показатель - уровень рентабельности.

Основными факторами, влияющими на чистую прибыль, являются объем выручки от реализации продукции, уровень себестоимости, уровень рентабельности, доходы от внереализационных операций, расходы по внереализационным операциям, величина налога на прибыль и других налогов, выплачиваемых из прибыли.

К этим показателям обычно относят уровень рентабельности, который выражается как отношение того или иного вида прибыли к какой-либо базе. Разные показатели отражают разные стороны деятельности предприятия. Вполне естественно, что в целом эффективность работы предприятия может определяться лишь системой показателей рентабельности, которая включает в себя пять групп показателей: рентабельность продукции, продаж, активов, собственного капитала и прочие показатели.

В процессе анализа предпринимательской деятельности предприятий широко используется показатель рентабельности продукции, исчисляемый как отношение дохода от реализации продукции к полной себестоимости этой продукции. Применение этого показателя рентабельности наиболее рационально при внутрихозяйственных аналитических расчетах, при контроле за прибыльностью отдельных видов изделий, внедрении в производство новых видов продукции и снятии с производства неэффективных изделий.

Рентабельность продукции исчисляется по формуле:

$$P = (D/Cп) * 100, \quad (1)$$

где:

P – рентабельность продукции, %

D – чистый доход предприятия, тг.,

Cп – полная себестоимость реализованной продукции, тг

Учитывая, что доход связан как с себестоимостью изделия, так и с ценой, по которой оно реализуется, рентабельность продукции может быть исчислена как отношение дохода к стоимости реализованной продукции по свободным или регулируемым ценам, т.е. к доходу от реализации. Отсюда такой показатель рентабельности стал называться рентабельностью продаж. [5, с. 273]

Показатели – рентабельности продукции и рентабельности продаж – взаимосвязаны и характеризуют изменение текущих затрат на производство и реализацию как всей продукции, так и отдельных её видов. В связи с этим при планировании ассортимента производимой продукции учитывается, насколько рентабельность отдельных видов будет влиять на рентабельность всей продукции. Очень важно сформировать структуру производимой продукции в зависимости от изменения удельных весов изделий с большей или меньшей

рентабельностью с тем, чтобы в целом повысить эффективность производства и получить дополнительные возможности максимизации прибыли. [5, с. 274]

Рентабельность может исчисляться по-разному. В экономике СССР широко применялся показатель рентабельности, исчисляемый как отношение прибыли к сумме производственных фондов.

Учитывая, что данный показатель в прежних условиях был плановым, предполагалось, что он должен был воздействовать на увеличение выпуска продукции с наименьшей суммой производственных фондов, т.е. стимулировать улучшение использования последних. Однако, как показало время, поставленная цель не была достигнута. Тем не менее, показатель рентабельности, исчисляемый как отношение прибыли к стоимости производственных фондов, продолжает применяться в практике предпринимательской деятельности для обобщенной оценки уровня прибыльности, доходности. [6, с. 91]

Этот показатель официально трансформировался в показатель рентабельности активов и исчисляется по формуле:

$$РА = (Дч : А) * 100, \quad (2)$$

где:

Р – рентабельность активов, %;

Дч – чистый доход, тг;

А – сумма активов фирмы, тг

Показатель рентабельности активов даёт наиболее общее представление о доходности фирмы, поскольку он выражает интересы как кредиторов, так и собственников, инвесторов и служащих фирмы. В специальной литературе этот показатель получил название экономической рентабельности фирмы. Именно экономическая рентабельность характеризует результативность использования всех финансовых ресурсов фирмы, вложенных в её имущество, а полученный при этом размер дохода до уплаты процентов и налогов отвечает на вопрос: достаточно ли этого размера, чтобы обеспечить ожидаемые доходы всем участникам известного балансового уравнения интересов. Экономическая рентабельность может быть определена по следующей формуле:

$$ЭР = НРЭИ / \text{Актив}, \quad (3)$$

где:

ЭР – экономическая рентабельность фирмы;

НРЭИ (нетто-результат эксплуатации инвестиций) – доход до выплаты процентов и налогов.

Преобразуя формулу экономической рентабельности, умножив её на $Др/Др = 1$, получим следующее выражение, которое также представлено схематически на рисунке 3:

$$\text{ЭР} = (\text{НРЭИ} / \text{Актив}) * (\text{Др} / \text{Др}) * 100 = (\text{НРЭИ} / \text{Др}) * (\text{Др} / \text{Актив}) * 100 = \text{РП} * \text{РО} * 100, \quad (4)$$

где:

РП -- рентабельность продаж или коммерческая маржа;

РО -- ресурсоотдача или оборачиваемость активов;

Др -- доход от реализации продукции (работ, услуг).

Схема расчёта экономической рентабельности

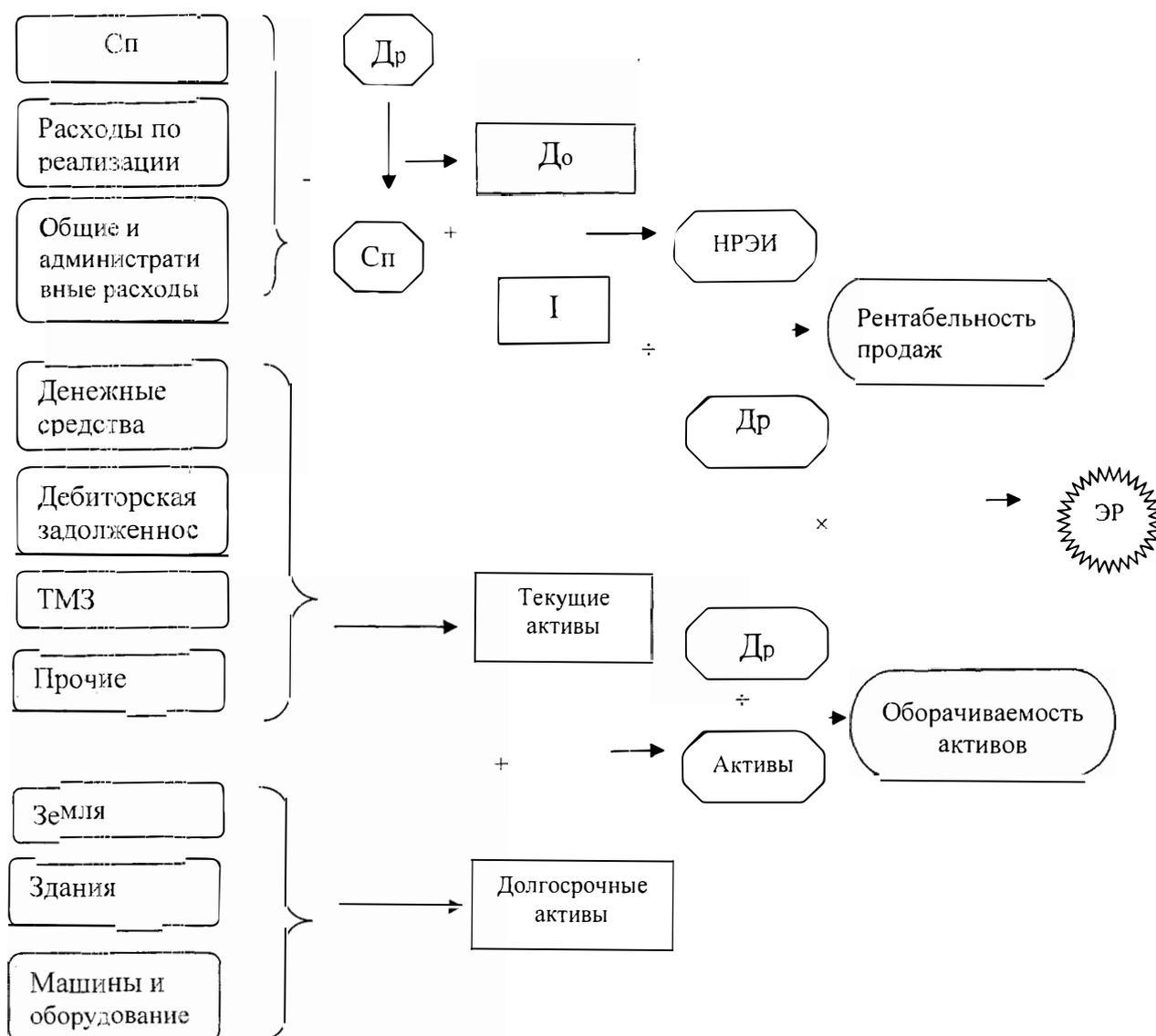


Рисунок 3

Каждый из этих показателей в финансах фирмы имеет самостоятельное значение и часто используется в финансовой работе и прежде всего, это касается рентабельности продаж имеющей особую значимость в финансовом управлении для оценки доходности отдельных видов продукции.

При анализе коэффициентов рентабельности может быть использована модифицированная факторная модель фирмы «DuPont». Назначение модели – идентифицировать факторы, определяющие эффективность функционирования

предприятия, оценить степень их влияния и складывающиеся тенденции в их изменении и значимости. Поскольку существует множество показателей эффективности, выбран один, по мнению аналитиков, наиболее значимый – рентабельность собственного капитала (ROE). Эта модель демонстрирует зависимость рентабельности собственного капитала от трёх факторов: рентабельности продаж, ресурсоотдачи и структуры источников средств, авансированных в предприятие [15, с. 74].

Итак, выражение описывающее взаимосвязь показателей рентабельности, активов, рентабельности продаж (РП) и ресурсоотдачи (оборотчиваемость активов или КТ), называется формулой фирмы «DuPont»:

$$\begin{aligned} \text{Рентабельность активов} &= \text{Рентабельность продаж} * \text{Ресурсоотдача} = \\ &= \text{ЧД/Др} * \text{Др/Активы} \end{aligned} \quad (5)$$

Развёртывая формулу (5) далее получаем следующее выражение (формула 6):

$$\begin{aligned} \text{Рентабельность активов} &= \left[(\text{Др} - \text{Sp} - \text{РП}) * (1 - \text{tc}) / (\text{Цена} * \text{Объем продаж}) \right] * \\ &* \left[(\text{Цена} * \text{Объем продаж}) / \text{Активы} \right] \end{aligned} \quad (6)$$

Исходя из формулы можно заключить, что рентабельность активов вырастет, если фирма будет эксплуатировать меньшее количество активов и если она в своей деятельности удовлетворяет всем критериям эффективного управления оборотным капиталом. Минимизация налогов путём использования налоговых льгот, предоставляемых по закону, также улучшит рентабельность активов.

Объединив эти две формулы можно получить расширенную формулу фирмы «DuPont», представленной в формуле 7.

$$\begin{aligned} \text{РСК} &= \text{Рентабельность продаж} \times \text{Ресурсоотдача} \times (\text{Актив} / \text{СК}) = \\ &= \boxed{\frac{\text{Чистый доход}}{\text{Др}}} \times \boxed{\frac{\text{Др}}{\text{Актив}}} \times \text{Актив} / \text{СК} = \text{Дч} / \text{СК} \end{aligned} \quad (7)$$

Рентабельность продаж Ресурсоотдача

Модель фирмы «DuPont» схематически представлена на рисунке 4.

Расширенная формула фирмы «Du Pont» особенно полезна для итоговых заключений о финансовом положении фирмы, так как она расчленяет рентабельность на три важных компонента:

- контроль за расходами;
- использование активов;
- использование займов.

Этим факторам и по уровню значимости, и по тенденциям изменения присуща отраслевая специфика, о которой необходимо знать аналитику. Так, показатель ресурсоотдача может иметь невысокое значение в высокотехнологических отраслях, отличающихся капиталоемкостью, напротив,

Модифицированная схема фирмы «DuPont»

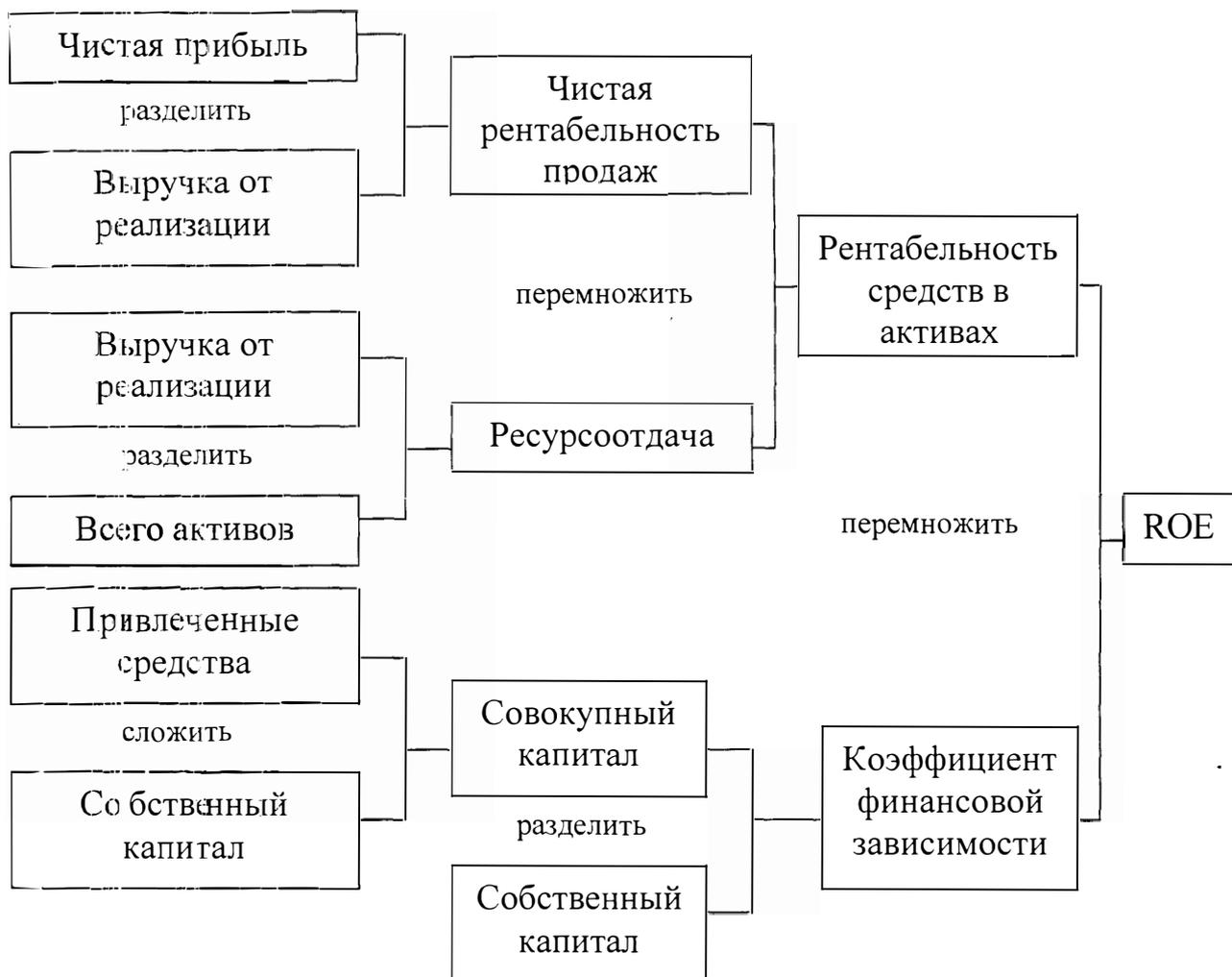


Рисунок 4

показатель рентабельности хозяйственной деятельности в них будет относительно высоким. Высокое значение коэффициента финансовой зависимости могут позволить себе фирмы, имеющие стабильное и прогнозируемое поступление денег за свою продукцию. Это же относится к предприятиям, имеющим большую долю ликвидности активов (предприятия торговли и сбыта, банки). Значит, что в зависимости от отраслевой специфики, а также конкретных финансово-хозяйственных условий, сложившихся на данном предприятии, оно может делать ставку на тот или иной фактор повышения рентабельности собственного капитала.

Итак, аналитики часто прибегают к ней для получения «быстрой и приблизительной» оценки финансового положения фирмы. Выводы, полученные из анализа по схеме фирмы «Du Pont» могут быть дополнены с помощью вертикального анализа отчётности и расчёта необходимых аналитических коэффициентов. [16, с. 74]

К сожалению, не смотря на актуальность темы, в современной экономической литературе нет специальных научных или практических разработок раскрывающих системно, комплексно проблему повышения доходности предприятия. Конечно же, в специализированной литературе этому вопросу всегда уделяется существенное внимание. К примеру, маркетологи показывают роль маркетинга в повышении доходности предприятия, финансисты – финансовые методы повышения доходности, экономисты доказывают огромное влияние технико-экономических факторов производства на доходность предприятия, бухгалтеры считают, что достижению доходности будет способствовать чёткая постановка бухгалтерского учёта, менеджеры могут доказать то, что максимизация доходности невозможна без отлаженной системы управленческого контроля, эффективного управления имеющимися ресурсами и персоналом. И невозможно сказать, что хоть один из них не прав, всё изложенное действительно может существенно влиять на доходность предприятия и поэтому руководству предприятия необходимо брать себе на вооружение все методы повышения доходности в тесной взаимосвязи - для получения максимального эффекта – максимальной прибыли.

Рост любого показателя рентабельности обусловлен позитивными экономическими явлениями и процессами. Это, прежде всего, совершенствование системы управления производством в условиях рыночной экономики на основе преодоления кризиса в финансово-кредитной и денежной системах; повышение эффективности использования ресурсов предприятиями на основе стабилизации взаимных расчётов и системы расчётно-платёжных отношений; индексация оборотных средств и чёткое определение источников их формирования.

На величину рентабельности, рассчитанную по балансовой прибыли, влияют три основных фактора: прирост прибыли, уровень использования основного капитала и нормируемых оборотных средств [4, с. 223].

Важным фактором роста рентабельности является работа предприятия по ресурсосбережению, что ведёт к снижению себестоимости, а следовательно к росту прибыли. Дело в том, что развитие производства за счёт экономии ресурсов на переходном этапе намного дешевле, чем разработка новых месторождений и вовлечение в производство новых ресурсов.

Помимо рассмотренных выше факторов следует выделить такие как:

- технико-экономические параметры хозяйственной деятельности предприятия, соответствующие требованиям спроса на рынке товаров;
- соотношение спроса и предложения с учётом ценовой эластичности товара;
- уровень конкурентоспособности производства и продукции;
- ресурсное обеспечение и условия реализации продукции и т.п. [4, с. 224].

Для рыночной экономики характерна жёсткая конкуренция, поэтому должна быть установлена нижняя граница рентабельности, которая позволит обеспечить нормальное функционирование предприятия. Соответствующий уровень рентабельности может быть достигнут на основе чёткого, экономически обоснованного плана, в котором увязаны потенциальные

возможности предприятия с конъюнктурой рынка. Применение предполагаемого подхода обусловлено тем, что в условиях рынка требуются многовариантные пути решения задач. Выбор соответствующего варианта или нескольких альтернативных вариантов может основываться на минимизации вероятностной ошибки, что позволит установить уровень рентабельности, необходимый для решения финансово-производственных проблем предприятия [4, с. 222].

Рост доходности, является основным показателем безубыточной работы предприятия, зависит прежде всего от снижения затрат на производство продукции, а также от увеличения объема реализованной продукции, при этом должны производиться такие изделия и товары, которые отвечают требованиям потребителей и пользуются большим спросом. [5, с. 128]

Существенное влияние на снижение себестоимости оказывают мероприятия, связанные с улучшением использования рабочего времени. Для многих производств, являющихся материалоемкими или энергоемкими, важнейшим направлением снижения себестоимости является экономия материалов и энергетических средств.

В настоящее время снижение себестоимости должно стать главным условием роста прибыльности и рентабельности производства.

Не менее важными факторами, влияющие на величину доходности предприятия, является изменение объема производства. Чем больше объем реализации, в конечном счете, тем больше прибыли получит предприятие, и наоборот. [5, с. 129]

Улучшение качества производимой продукции можно добиться за счет многих факторов, таких как техническое совершенствование производства, проведение работ по модернизации и т.д. Очевидно, что качество продукции определяет уровень цен на предприятии, что в значительной степени влияет на величину прибыли.

Следует также учесть, что на величину прибыли, а значит и доходность предприятия влияет изменение остатков нереализованной продукции. В целях увеличения прибыли предприятие должно принять соответствующие меры по сокращению остатков нереализованной продукции, как в количественном, так и суммарном выражении.

В последнее время в условиях развития предпринимательства появилось больше возможностей увеличить объем прибыли за счет внереализационных операций. В этой области наиболее доходными могут быть финансовые вложения. Конкретные направления и структура финансовых вложений должны быть результатом продуманной политики предприятия на основе достоверной оценки их эффективности.

Предприятие также может сдать часть своего имущества в аренду и в итоге получит доход, увеличивающий его валовую прибыль. [17, с. 139]

На сегодняшний день созрела существенная необходимость систематизации факторов, влияющих на уровень доходности предприятия. Изучив теорию и практику повышения доходности, считаю, что весь комплекс методов и факторов повышения доходности можно сгруппировать в три блока или три механизма повышения доходности, представленных на рисунке 5.



Рисунок 5

Значение маркетинга в повышении доходности предприятия трудно переоценить. Ведь в основном благодаря разработке маркетингового механизма предприятия осуществляется управление сбытом продукции, что является основным источником дохода для предприятия.

Маркетинговый механизм повышения доходности предприятия – это механизм реализации маркетинговой политики предприятия, посредством приёмов и способов маркетинга, направленный на осуществление эффективной политики маркетинга в целях повышения дохода предприятия.

Однако маркетинговый механизм не всегда является актуальным, например для государственных предприятий, каковым является ПОФ РГП «Казахавтодор». Поэтому в работе основной акцент будет сделан на изучение влияния технико-экономических показателей на доходность предприятий.

Одним из факторов, влияющих на повышение дохода и доходности предприятия является технико-экономические параметры хозяйственной деятельности. Технико-экономический механизм повышения доходности предприятия представлен на рисунке 6.



Рисунок 6

Технические показатели деятельности предприятия, имеют действительно большое значение в части повышения его доходности, но в решении этой проблемы имеют значение и экономические факторы. Поэтому мы постараемся объединить эти группы факторов в технико-экономическом механизме повышения доходности предприятия.

В общем плане повышение эффективности использования имеющегося потенциала либо его увеличение даёт предприятию существенный экономический эффект – рост производительности труда и снижение трудоёмкости, снижение материалоёмкости и себестоимости продукции, высвобождение ресурсов на предприятии: материальных, трудовых и финансовых, и как следствие, рост прибыли и рентабельности. [17, с. 127]

От современности производственного потенциала зависит один из важнейших показателей деятельности предприятия – качество выпускаемой продукции. Качество продукции как экономическая категория тесно связано и в значительной степени формирует такие экономические показатели работы предприятия, как себестоимость, цена, прибыль, рентабельность и др. В условиях рынка и конкуренции, если фирма имеет товар высокого качества, пользующийся устойчивым спросом, она имеет всё, и наоборот. Таким образом, решение проблемы качества продукции на предприятии – это высокий имидж у покупателей, основа для получения максимальной прибыли и устойчивого финансового положения предприятия.

Что, касается экономических факторов повышения доходности, то среди них выделяются такие как ценообразование, снижение себестоимости продукции и управленческий контроль.

Ценообразование является одним из общепринятых путей повышения доходности. Повышение цен, как правило, приводит к росту дохода, а понижение может повлиять на увеличение объёмов продаж, и как следствие привести к росту дохода. Ценообразование является важным и очень тонким механизмом повышения доходности предприятия. Выбор политики ценообразования обусловлен конъюнктурой рынка, спросом на продукцию и во многом действиями конкурентов.

Ценообразование тесно связано с другим экономическим методом повышения дохода – снижением издержек. Традиционно именно за счёт снижения издержек заключающегося в снижении потребления трудовых и материальных ресурсов возможно снижение себестоимости продукции и, следовательно, снижение продажной цены.

Ещё одну группу факторов экономического механизма повышения доходности образуют составляющие управленческого контроля: стимулирование труда, контроль по отклонениям и контроль за кадровой политикой предприятия.

В получении общего результата производственной деятельности предприятия участвуют все его работники и от результативности их работы зависит размер получаемого предприятием дохода. Эта зависимость показана на рисунке 7.

На рисунке прослеживается зависимость доходности от качества работы. Поэтому необходимо повышать заинтересованность работников в

Влияние качества работы на доходность предприятия

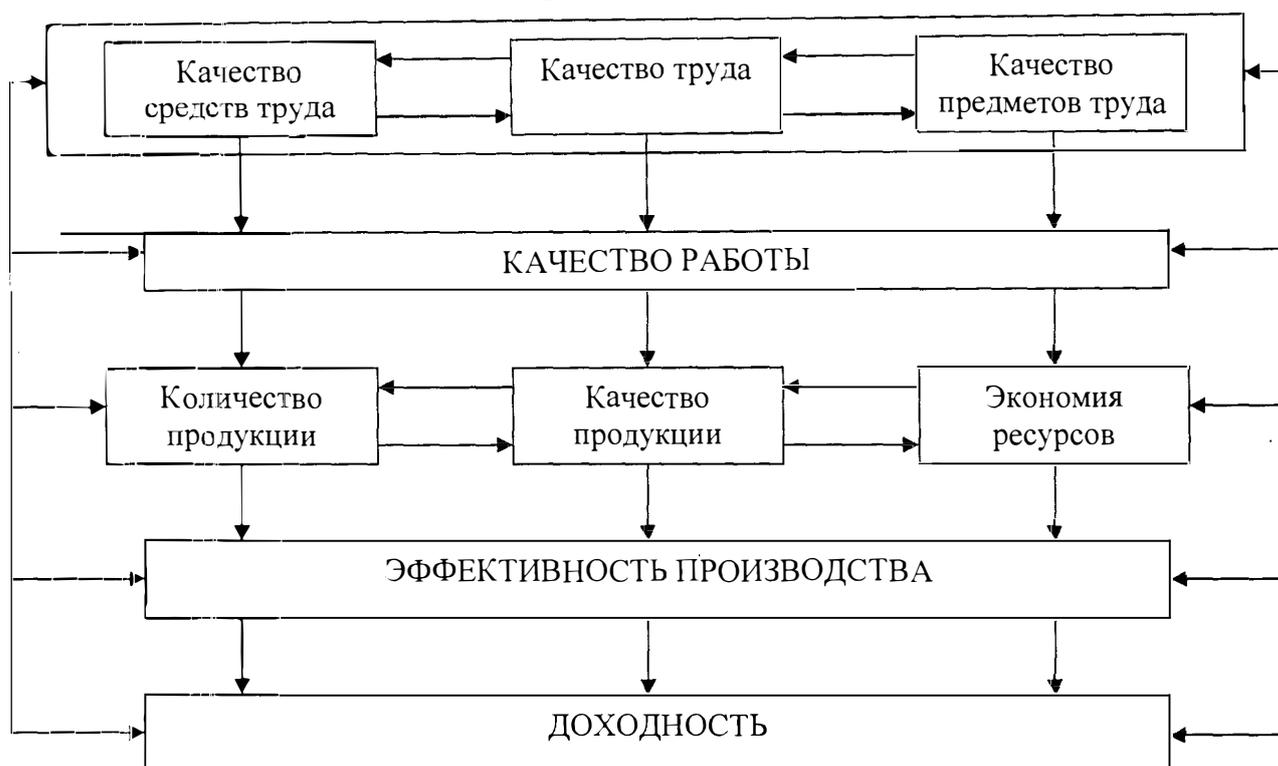


Рисунок 7

результативности их работы и этого можно достичь путём стимулирования труда. Стимулирование труда предполагает разработку мероприятий по мотивации трудовой деятельности. Такими мотивами могут быть: карьерный рост и материальная заинтересованность.

Контроль по отклонениям предполагает контроль за деятельностью, как отдельных работников, так и структурных единиц предприятия по отклонениям от норм производства.

Немаловажен контроль за кадровой политикой предприятия, так как только высококвалифицированные кадры могут реализовать цель повышения доходности, а незнающие люди оказываются неспособными решить поставленные перед ними задачи.

Так как основой расчета практически всех относительных показателей доходности является чистый доход предприятия, то целесообразным является утверждение, что факторы, влияющие на доходность предприятия так или иначе влияют на уровень чистого дохода. Ниже приведены факторы, влияющие на показатели рентабельности (Рисунок 8).

Одним из факторов повышения доходности бизнеса многие предприниматели считают повышение конкурентоспособности. В этом случае возникает необходимость определения показателей, характеризующих уровень конкурентоспособности и факторов, влияющих на него.

Существует множество подходов к классификации критериев, лежащих в основе оценки конкурентоспособности предприятия. Рассмотрим некоторые из них.

Конкурентоспособность предприятия (фирмы, организации) определяют следующие факторы:



Рисунок 8

- рентабельность производства;
- характер инновационной деятельности;
- уровень производительности труда;
- эффективность стратегического планирования и управления;
- способность к адаптации и др. [12, с. 38]

При оценке конкурентоспособности предприятий важным критерием также является удельный вес ее на рынке определенного товара (услуг).

Фатхутдиновым Р.А. в работе «Стратегический маркетинг» для определения и анализа (интегрального) обобщенного показателя конкурентоспособности предприятия необходимо использовать следующие укрупненные группы (факторов) показателей:

- совокупность затрат за жизненный цикл единицы товара;
- качество сервиса товара;
- удельный вес данного товара в объеме продаж организации доли единицы;
- показатели значимости рынков, на которых представлен товар;
- параметры товарных рынков;

- удельная цена товара;
- показатели, учитывающие конкурентные преимущества организации по сравнению с основным конкурентом, у которого этот показатель равен единице. [12, с. 39]

Более широкий спектр показателей для оценки конкурентоспособности предприятия представлен показателями, сгруппированными в следующие восемь групп:

- ликвидности и платежеспособности;
- рыночной устойчивости;
- рентабельности результатов финансово-хозяйственной деятельности;
- оценки использования организационно-управленческого персонала;
- коммерческой активности;
- оценки конкурентоспособности товара;
- оценки качества торгового обслуживания;
- имидж предприятия. [12, с. 47]

Не смотря на многообразие показателей оценки конкурентоспособности предприятия их можно разделить на две большие группы: показатели, характеризующие внутреннюю среду организации и показатели, характеризующие внешнюю среду.

Анализ среды предприятия (внутренней и внешней) предполагает наличие соответствующих методов и инструментария, позволяющих выявить угрозы и возможности, которые могут возникнуть во внешней среде по отношению к фирме, а также сильные и слабые стороны последней.

Наиболее распространенным методом анализа среды является метод SWOT. Метод СВOT (англ. SWOT) - сила (strength), слабость (weakness), возможности (opportunities) и угрозы (threats) - является широко признанным подходом, позволяющим провести совместное изучение внешней и внутренней среды. Применяя метод СВOT, удастся установить линии связи между силой и слабостью, которые присущи организации, и внешними угрозами и возможностями. Методология СВOT предполагает сначала выявление сильных и слабых сторон, а также угроз и возможностей, и после этого установление цепочек связей между ними, которые в дальнейшем могут быть использованы для формулирования стратегии организации. [12, с. 54]

Организация может самостоятельно определить примерный набор характеристик, заключение по которым должно позволить составить список слабых и сильных сторон организации, а также список угроз и возможностей для нее, заключенных во внешней среде.

Элементы внутренней среды: сильные и слабые стороны

Под сильными и слабыми сторонами могут скрываться самые разнообразные аспекты деятельности компании. Ниже приводятся категории, наиболее часто включаемые в анализ. Каждый SWOT уникален и может включать одну или две из них, а то и все сразу. Каждый элемент в зависимости от восприятия покупателей может оказаться как силой, так и слабостью.

К основным элементам внутренней среды относятся:

- маркетинг;

- инжиниринг и разработка продукта;
- оперативная деятельность;
- персонал;
- менеджмент;
- ресурсы компании;
- прочее.

Элементы внешней среды: возможности и угрозы

Возможности и угрозы находятся вне зоны контроля организации. Таким образом, они могут рассматриваться как внешние, относящиеся к элементам рыночной среды. Анализ среды, который к данному моменту уже должен быть проведен, может послужить отличной отправной точкой для этой части SWOT-анализа. Основные элементы, которые нужно рассмотреть, включают в себя:

- законодательные/регулирующие/политические силы. Действия властей в виде исполнения политики, а также требования законодательного и регулирующего характера, которым должны подчиняться компании;

- общественные силы (культура). Напрямую затрагивают компанию, когда недовольные покупатели оказывают давление на организации, чья деятельность воспринимается как недопустимая;

- технологические силы. Технологические способности, помогающие компании достигать своих целей, влияют на продукты, которые предлагаются покупателям, и на их ответную реакцию;

- экономическая ситуация. Влияние общего состояния экономики, под воздействием которого формируются покупательский спрос и манеры тратить деньги;

- конкуренция. Природа и масштаб конкурентной угрозы.

Понятно, что «рыночная сила» предприятия зависит от ряда факторов эффективности ведения бизнеса компании, которые являются преимуществами («сильными сторонами») по сравнению с конкурентами - эффективность системы продаж (маркетинговой и сбытовой инфраструктуры); уровень цен на реализуемую продукцию, зависящий от себестоимости производства и реализации продукции предприятия; качественные характеристики производимой продукции и ряд других. За счет своих рыночных преимуществ предприятие получает возможность потеснить конкурентов на рынке, повысить собственные объемы продаж, в определенной мере воздействовать на среднерыночный уровень цен за счет манипулирования объемом продаж и, в конечном итоге, повысить свои конечные финансовые результаты (величину чистой прибыли). [19, с. 55]

После того как конкретный список слабых и сильных сторон организации, а также угроз и возможностей составлен, наступает этап установления связей между ними. Для установления этих связей составляется матрица SWOT, которая имеет следующий вид (Рисунок 9).

Слева выделяются два раздела (сильные стороны, слабые стороны), в которые соответственно вносятся все выявленные на первом этапе сильные и слабые стороны организации. В верхней части матрицы также выделяются два раздела (возможности и угрозы), в которые вносятся все выявленные возможности и угрозы.

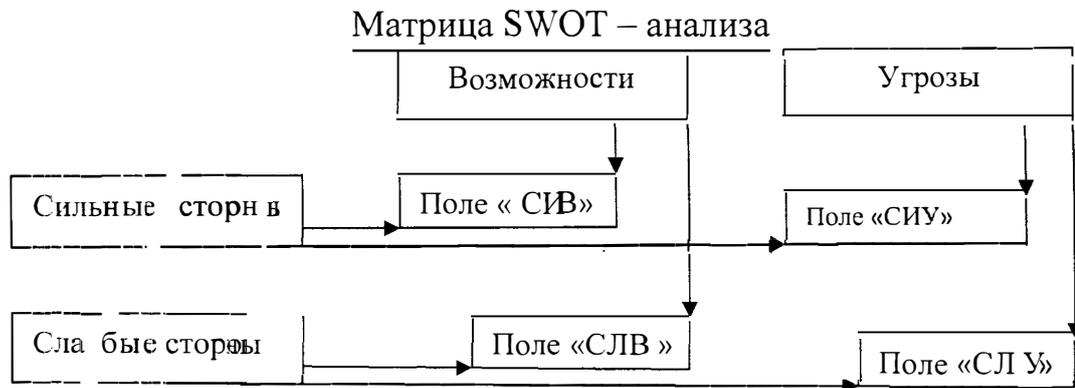


Рисунок 9

На пересечении разделов образуется четыре поля. На каждом из данных полей исследователь должен рассмотреть все возможные парные комбинации и выделить те, которые должны быть учтены при разработке стратегии поведения организации. В отношении тех пар, которые были выбраны с поля «СИВ», следует разрабатывать стратегию по использованию сильных сторон организации для того, чтобы получить отдачу от возможностей, которые появились во внешней среде. Для тех пар, которые оказались на поле «СЛВ», стратегия должна быть построена таким образом, чтобы за счет появившихся возможностей попытаться преодолеть имеющиеся в организации слабости. Если пара находится на поле «СИУ», то стратегия должна предполагать использование силы организации для устранения угроз. Наконец, для пар, находящихся на поле «СЛУ», организация должна вырабатывать такую стратегию, которая позволила бы ей как избавиться от слабости, так и попытаться предотвратить нависшую над ней угрозу. [19, с. 56]

Применение указанной методики оценки конкурентных преимуществ предприятия на примере будет рассмотрено в следующем разделе настоящей работы.

Таким образом, в результате изучения показателей доходности и конкурентоспособности было выявлено следующее: уровень конкурентоспособности так или иначе влияет на повышение/понижение доходности предприятия.

1.3 Теория и практика повышения доходности и конкурентоспособности зарубежных компаний

Захват доли рынка у конкурентов – сейчас это основная стратегическая задача большинства и казахстанских, и мировых компаний. Но усилия менеджмента в области захвата рыночной доли могут быть контрпродуктивными и в большинстве случаев негативно сказываются на прибыльности бизнеса, как показано в недавнем исследовании профессора маркетинга из бизнес-школы Wharton Дж. Скотта Армстронга, который в течение многих лет наблюдает за соотношением конкурентных усилий и доходности мировых компаний. По его мнению, можно с уверенностью утверждать: чем сильнее вы стремитесь конкурировать, тем меньше ваша прибыльность.

Ведение бизнеса – это борьба, поэтому совсем неудивительно, что практически все компании стремятся победить своих конкурентов. В XIX веке, когда в России бизнеса еще практически не было, топ-менеджеры в США изо всех сил боролись именно за увеличение прибыльности, а не рыночной доли. Чтобы оценить насколько хорошо это им удастся, они сравнивали свои финансовые результаты с положением конкурентов в своей отрасли. Но в середине XX в. в академической, а чуть позже – и в бизнес-среде, начала набирать популярность стратегия захвата доли рынка, которая на настоящий момент является доминирующей в мировом бизнесе. Между тем, осторожные голоса сомнения в правильности такого подхода «начали звучать уже тогда, и в первую очередь в академической среде», - вспоминает Армстронг.

В своей работе, увидевшей свет в 1996 году, Армстронг и Ф. Коллопи из университета Case Western обобщили ряд работ других исследователей, в которых рассматривалось доминирование конкуренто-ориентированных стратегий в современной бизнес-культуре. Для анализа этого явления исследователи обратились к рассмотрению, в первую очередь, людей, принимающих решения в бизнесе и формирующих стратегические взгляды корпораций. В ряде работ описано проведение деловых игр, участниками которых были менеджеры-слушатели программ MBA, в которых необходимым условием для максимизации «доходности» каждого субъекта являлась кооперация с другими субъектами. По результатам игр стало очевидно, что большинство менеджеров предпочли конкурировать с другими субъектами, получая при этом меньшую прибыль (около 90% участников), чем получать максимальную прибыль посредством кооперации (оставшиеся 10%). В другом примере, приводимом Армстронгом и Коллопи, был проведен опрос 170 участников программы MBA школы Wharton, в котором единственным был вопрос о том, что является главной целью существования фирмы – «работать лучше конкурентов» или «работать настолько хорошо, насколько это возможно». Результат также оказался предсказуемым – более 30% респондентов опроса выбрали первый вариант, подтверждая тем самым, что большая доля менеджеров считает конкуренцию более приоритетной по сравнению с другими целями компании, в т.ч. максимизацией прибыльности.

В этой же работе Армстронг проанализировал данные, собранные рядом других исследователей, описывающих конкурентную ориентацию 20-ти ведущих корпораций и уровень их прибыльности (в качестве меры которой выступал возврат на инвестиции, ROI) за период с 1938 по 1982 годы. «По результатам анализа было найдено, что конкуренто-ориентированные цели находятся в отрицательной связи с ROI», - заключили исследователи.

Для примера, компании, изначальной и главной стратегической целью которых была максимизация прибыли – Alcoa, General Electric, DuPont и другие – стабильно демонстрировали более высокие уровни ROI по сравнению с другими рассмотренными корпорациями. В то же время, фирмы, чей единственной целью был захват большей доли рынка – такие как National Steel, Swift, Gulf и Goodyear – выглядели значительно хуже по этому показателю. Некоторые из этих компаний, например, National Steel, и вовсе сейчас не существуют.

В другой, более поздней своей публикации, Армстронг и Коллопи проанализировали появившиеся в их распоряжении обновленные данные по тем же 20 компаниям за более широкий временной горизонт до 1997 года, введя два новых показателя прибыльности – чистый возврат на капитал (ROE) и рентабельность продаж после налогов (after-tax ROS). Все корреляции между конкуренто-ориентированностью компаний и их прибыльностью, как пишут исследователи, оказались отрицательными и находились в диапазоне от -0,27 до -0,73.

Результаты двух описанных исследований и других публикаций, рассмотренных Армстронгом и Грином, доказывают их гипотезу о том, что стратегия достижения большей прибыльности путем захвата дополнительной доли рынка является контрпродуктивной и никогда не приводит к желаемым результатам.

В этом аспекте поучительны примеры современных компаний, формулирующих свои стратегические цели в терминах доли рынка и в терминах прибыльности. Например, Toyota является очень прибыльной компанией, но, по-видимому, наращивание доли рынка не является ее первоочередной стратегической целью, несмотря на то, что в 2007 г. ожидался ее выход в лидеры по числу произведенных автомобилей. Топ-менеджеры Toyota неоднократно заявляли, что выход на первое место в мировой автоиндустрии по объемам производства не только не входит в их планы, но и совершенно их «не заботит». Напротив, главной своей целью они видят снижение издержек и максимизацию прибыли.

В качестве другого примера можно привести двух давних конкурентов в сфере производства принтеров и копировальных аппаратов – Canon и Xerox. За период, что Фудзио Митараи был президентом основного, американского, отделения Canon USA, с 1979 по 1989 год, цена на акции Canon выросла более чем в пять раз, в то время как капитализация Xerox осталась на практически неизменном уровне. В своем интервью еженедельнику Business Week в 2002 году Митараи раскрыл секрет успеха: «Я заставил людей в Canon понять, что прибыльность всегда должна приходиться первой». Митараи сейчас является председателем совета директоров и генеральным менеджером Canon в Японии.

«Мы не утверждаем, что компании не должны обращать внимание на своих конкурентов – ведь они могут делать разумные вещи, которые вы тоже захотите сделать, - заключает Армстронг. - Мы говорим, что главной целью должна быть не победа над конкурентами. Главной целью должна быть прибыльность».[7]

Существует и противоположная точка зрения. В статье «Конкурентная стратегия современных компаний (точка зрения Майкла Портера)», опубликованной в журнале «Менеджмент в России и за рубежом» на долгосрочную прибыльность отрасли влияют пять факторов - пять сил конкуренции. Создателем теории «Пять сил конкуренции» является Майкл Э. Портер (Michael E. Porter) - классик теории управления, один из основателей современной теории конкуренции.

К силам конкуренции Портер отнес следующее:

- новые конкуренты - новые игроки на рынке;
- существующие конкуренты;

– «конкуренты», предлагающие продукты-заменители (более выгодные условия);

– власть поставщиков;

– власть покупателей.

Ни один из этих факторов конкуренции нельзя недооценивать.

Анализируя конкурентные ситуации, возникавшие на различных рынках, можно выявить некоторые закономерности: если конкуренция строится на ценах (демпинговая конкуренция), то прибыльность в отрасли будет низкой. К сожалению именно такой тип конкурентных отношений вообще свойственен странам развивающейся экономикой. Но и в странах с развитой экономикой есть отрасли, в которых цена - основа конкуренции. Так, в США авиаперевозчики конкурируют только по цене, прибыльность в этой отрасли весьма невысока.

Когда конкуренция идет по брендам, уникальности услуги, качеству, в таких отраслях прибыльность высока, порой максимальна. Для фармакологической отрасли США характерна как раз такая ситуация. Покупатель фармакологической продукции слаб, барьер выхода на рынок новых лекарственных средств высок. Основу конкуренции составляет качество.

Угрозой со стороны продуктов-заменителей в строительной отрасли в США являются возможность покупки жилья на вторичном рынке, аренды, расширения имеющегося жилья. Это - негативные для отрасли тенденции. Положительными моментами являются стабильный и долгосрочный спрос на новое жилье, рост численности населения и рост его реальных располагаемых доходов.

Существует постоянная угроза входа на рынок новых игроков: барьеры для этого были низки и остаются такими же. Однако (и это благоприятно для строителей) они постепенно растут из-за увеличения сложности проектирования, роста эффективности в прямой зависимости от величины компании (поскольку крупным компаниям облегчен доступ к источникам капитала) и роста экономии (для крупных компаний) при закупке строительных материалов.

Переговорная позиция покупателей достаточно сильна. Дом - важная покупка, цене которой уделяется большое внимание. Хотя жилые дома легко поддаются дифференциации, многие детали и элементы покупатели могут легко скопировать, не прибегая к услугам участников отрасли. Уязвимость позиции покупателей, прежде всего, в дефиците удобно и удачно расположенных участков под застройку.

Дефицит участков усиливает переговорную позицию поставщиков. Равно на руку участникам отрасли играет юридическая сложность оформления прав собственности на землю и то обстоятельство, что участки и материалы закупаются в основном у местных поставщиков, а финансовая дисциплина участников рынка растет.

Строительный рынок - рынок внутренний. Дисциплины поставщиков на рынке нет, что порождает избыточное предложение и ценовую конкуренцию. Несмотря на консолидацию отрасли на местных рынках работают тысячи

небольших строительных организаций, а на общенациональном рынке все заметнее прямая жесткая конкуренция крупных организаций. Тем не менее в целом позиции отрасли улучшаются. Значит, и прибыльность в ней будет расти.[22]

Для Казахстана подобный анализ провести трудно, поскольку на отрасль жестко влияет государство. Воздействие власти всех уровней заметно искажает отраслевую структуру, влияет на возможности конкурентов и ставит различные предприятия в неравные условия входа на рынок.

Сегодня типичная структура отрасли в развивающейся стране выглядит примерно следующим образом.

Доступ на рынок иностранных фирм дополнительно ограничен протекционистскими мерами. Это создает высокие барьеры для гипотетических конкурентов. Поставщики защищены локальным законодательством о защите местных производителей, что также ограничивает конкуренцию. От услуг и товаров - заменителей внутренний рынок защищен законодательными ограничениями импорта. Покупатели невелики, фрагментированы, слабо защищены законами и, как следствие, занимают очень слабую переговорную позицию. Соперничество между существующими конкурентами искажено лицензиями и концессиями на монополию. Защита от импорта и регулирование отрасли дополнительно искажают конкуренцию. В итоге конкуренция затрудняется и даже в некоторых отраслях прекращается. В такой ситуации высочайшую доходность вложений теоретически можно получить в любой отрасли.

Однако устранение искажений, вносимых разноуровневыми ветвями власти, может привести к быстрым радикальным переменам в отраслевой структуре и к серьезной дифференциации прибыльности различных отраслей.

Итак, изучив основные теории взаимовлияния конкурентоспособности и доходности целесообразным становится рассмотрение практики по повышению доходности и конкурентоспособности зарубежных дорожно-строительных компаний.

Наиболее эффективным способом повышения доходности является снижение затрат. Во всем мире накоплен достаточно большой опыт в решении данной проблемы.

В Швеции рассчитали выгоду и затраты от прекращения посыпки дорог солью, когда проводился эксперимент по отказу от посыпки дорог солью на определенных дорогах (Oberg и другие, 1985). Экономия заключалась в сокращении расходов от коррозии и на мойку автомобилей, снижении износа дорожного покрытия и сокращении потребности в ремонте. Неудобство, вызванное отказом от соли, заключалось в увеличении количества ДТП, времени в пути и повышении расходов на другие меры по зимнему содержанию. Выгода от прекращения посыпки солью была оценена в 5,932 млн. крон. Из общей суммы на сокращение потерь от коррозии приходилось 97%. Расходы на прекращение применения соли составляли 4,349 млн. крон. Из этого доля увеличения ДТП составляла 93%. Выгода от прекращения применения соли, следовательно, была больше, чем связанные с этим затраты.

В Германии качество дорог по сравнению с казахстанскими в два-три раза выше, соответственно, больше и затраты, но они окупаемы. Срок службы полотна в Казахстане – три-пять лет, в европейских же странах гарантия дается на 15 лет. Возможно, надо найти «золотую середину», позволяющую и реконструировать дороги, пусть дорого, но на хорошем уровне, и строить новые, тоже высококачественные, тогда не придется выполнять одну и ту же работу чуть ли не каждый сезон.

При проектировании автомобильной дороги необходимо производить расчет экономической эффективности применения тех или иных материалов в различных вариантах по сложившимся оптовым ценам и применять в проекте наиболее эффективный вариант с точки зрения соотношения «цена — качество». Однако экономическая эффективность дорожного хозяйства складывается из разных факторов, как внешних, так и внутренних. Удельные затраты на эксплуатацию автомобильных дорог в нашей стране значительно выше, чем в развитых странах. Межремонтные сроки дорожных «одежд» у нас в четыре-пять раз меньше, чем за рубежом. Если в Казахстане первый ремонт дорожного покрытия требуется уже после трех-четырех лет эксплуатации, то, например, в Англии этот показатель составляет 18—20 лет, следовательно, приведенные эксплуатационные затраты там намного ниже, чем у нас. В свое время отечественная нефтеперерабатывающая промышленность производила окисленные дорожные битумы, которые имели незначительные сроки службы до начала старения. Кроме того низкое качество автомобильных дорог связано и с применением у нас некондиционных грунтов и низкопрочных известняковых щебней в дорожных полотнах.

В Германии обязательно вдоль дороги расположены ливневые канализации и качественно выполнены продольный и поперечный уклоны, благодаря чему в дождливую погоду с полотна абсолютно все стекает, через 10-15 минут дорога сухая. Такова правильная технология, от соблюдения которой зависит и дальнейший срок службы дорожных полотен, и удобство в эксплуатации. А у нас нет ливневых канализаций, за исключением городских дорог, которые практически не функционируют. Существует мнение, что дорога портится из-за того, что плохо уложен асфальт, хотя от него как раз мало что зависит. Главный показатель в строительстве полотна – так называемый «скелет», то есть то, что находится под асфальтом. В Германии насыпают песок до 0,5 метра, а у нас по сметам положено только 15-20 см. В развитых странах, где по-настоящему достойные дороги, применяют гранитный высокопрочный (1600-1700) щебень, отечественные предприятия используют не такие прочные материалы. Дороги портятся из-за того, что не всегда четко соблюдается технология. В результате на дороге появляются микротрещины, туда проникает вода, и дорожные полотна разрушаются. Особенно это актуально в нашей климатической зоне, где перепады температур довольно велики.

По мнению специалистов, для получения высокого качества конечного продукта наряду с качественными материалами и современными технологиями требуются высокопроизводительное оборудование, квалифицированное производство и независимый линейный контроль. Только комплексный подход может привести к улучшению качества дорожных работ и увеличению

долговечности покрытий. Одной из новых технологий является применение битумных эмульсий вместо дорожных битумов, а также использование битумных, пластифицированных и иных добавок в битум при приготовлении асфальтобетонных смесей. Что касается исходного материала, то здесь требуется заинтересованность поставщика в выпуске щебня определенных фракций и, безусловно, производитель должен быть уверен в том, что именно этот материал и именно в таком количестве будет востребован. Для решения этой задачи нужно перспективное планирование строительства, ремонта и реконструкции автомобильных дорог. Опережающие темпы разработки проектно-сметной документации, проведение торгов в осенне-зимний период, чтобы подрядная организация успела как следует подготовиться к выполнению работ – все это могло бы обеспечить стабильную, планомерную и своевременную деятельность дорожников. К сожалению, пока такой механизм не работает и строителям приходится трудиться в спешке, что нередко отражается на качестве автотрасс.

Повышение уровня проектно-изыскательских работ требует расчета экономической эффективности применения тех или иных строительных материалов в зависимости от заданных сроков службы при установленной интенсивности движения и осевых нагрузках. При этом проектировщик должен закладывать в инженерный проект именно такие материалы, которые соответствуют расчетам без права их замены в ходе торгов. При таком подходе к проектированию новых автодорог и реконструкции действующих в конкурсной документации не может акцентироваться вопрос о снижении цены, так как это автоматически приведет к снижению качества автодороги и сокращению нормативного срока службы объекта. Очевидно, что при заданном качестве и стоимости проекта основным показателем конкурсной документации должен стать срок выполнения работы. Подрядчики могут бороться за его сокращение, опираясь на собственный опыт, кадры, передовые технологии и технику, тем самым давая государству быстрее получить отдачу от вложенных средств.

Таким образом, одним из методов повышения доходности дорожно-строительного бизнеса является улучшение качества работ, а также условное снижение затрат за счет более длительного срока службы автодорог. [23]

Одним из методов решения проблемы убыточности предприятий дорожно-строительной области в Российской Федерации рассматривался вопрос акционирования всех областных дорожных ремонтно-строительных управлений (ДРСУ). Выдвигалось мнение, что как только государственные унитарные предприятия перейдут в частные руки, они тут же станут безубыточными. Необходимо отметить, что именно убыточность областных ДРСУ послужила причиной обращения на них властного взора. По мнению ряда региональных чиновников, областные дорожники предоставляют услугу по гораздо более высоким расценкам, нежели соседи. Но при этом якобы единственные не приносят прибыли. И потому необходимо срочное привлечение дополнительных средств, которое и призвано обеспечить грядущее акционирование ДРСУ. Призвана грядущая приватизация дорожных управлений также сделать работу в этом секторе экономики «более

конкурентной». Это поможет, по замыслу сторонников акционирования, дать возможность участия в конкурсах и частным компаниям. В результате неминуемо должны снизиться издержки на выполнение дорожно-строительных работ, а ответственность компаний — заказчиков выполняемых работ, соответственно, повыситься.

Следует разделить озабоченность областных чиновников проблемой строительства и ремонта дорог. По области было отремонтировано всего 1,5 процента автомобильных дорог.

Сегодня реконструкция только одного километра дорожного полотна обходится бюджету России в десять миллионов рублей. А между тем одной из финских компаний удалось сократить издержки вдвое. Значит, возможности для экономии все же есть.

С «приватизационной» точкой зрения не согласились специалисты областного комитета по дорожному хозяйству и транспорту. По мнению профильных чиновников, предлагаемые меры не способны решить существующие проблемы. Дело в том, что согласно классической схеме основной целью любой приватизации является повышение эффективности использования приватизируемого имущества. А в это понятие, в свою очередь, входит и привлечение внебюджетных инвестиций, и, как следствие, увеличение размера средств, поступающих в соответствующие бюджеты. Однако, как отмечают в дорожном комитете, приватизация предприятий, занятых в основном содержанием автодорог, не приведет к повышению их доходности, поскольку повышения размеров финансирования ни из федерального, ни из областного, ни из муниципальных бюджетов не предвидится. А привлечение частных инвесторов в деятельность, не приносящую доходов, вообще выглядит утопией. А значит, рано или поздно новые собственники начнут искать способы компенсации (и желательно, с выгодой) собственных затрат. Хорошо, если фантазия акционеров ограничится созданием на подконтрольных территориях каких-либо «подсобных хозяйств». Например, платных автостоянок. Но при этом надо понимать, что сама ремонтная сфера деятельности (как убыточная) будет неминуемо сводиться к минимуму, только чтобы само понятие «автодорога», которую необходимо обслуживать, не исчезло. Не исключен и вариант будущего банкротства созданных акционерных обществ. Кто выкупит их после этого, тоже еще большой вопрос. [24]

Другим, не менее эффективным методом решения проблем повышения эффективности деятельности дорожных компаний является введение так называемых платных дорог. Государственные организации, осуществляющие работы по строительству и содержанию казахстанских автодорог, постоянно ощущают на себе, что политика бюджетных ассигнований на содержание отрасли остается далекой от совершенства. Хотя решить этот вопрос можно вполне реальными способами. Например, так, как его решают в России и в странах дальнего зарубежья: основным компонентом стройной, целенаправленно и планомерно формировавшейся государственной системы финансирования отрасли является особый дорожный фонд. Поступления в фонд формируются за счет эксплуатационных отчислений.

Однако в нашей республике дело обстоит иначе. Услуги транспорта любого вида оплачиваются, будь то железнодорожный транспорт или речной. Естественно, в транспортные тарифы заложены все виды расходов. И только тариф автомобильного транспорта формируется иначе: в него входят издержки только самого автотранспорта, но не закладываются средства на ремонт и содержание автодорог, из которых и должен формироваться дорожный фонд. Все эти вопросы раньше решались одним законом о дорожном фонде, изданным в 1992 году. В соответствии с его положениями, за перевозку грузов и пассажиров по дорогам полагалось платить в дорожный фонд определенные отчисления. И все организации, имевшие свой транспорт или использовавшие наемный транспорт, который передвигался по дорогам страны, платили до одного процента от своих доходов, плюс начисления с каждого литра бензина - три тенге. Этих средств и тогда полностью не хватало на ремонт и содержание дорог. Но в 1998 году этот закон был отменен. [25]

По мнению экспертов имеются большие перспективы повышения доходности автодорожных организаций России за счет привлечения внебюджетных средств. Причем это касается не только инвестиций в сооружение платных автомобильных дорог, но и развития арендных отношений, связанных с формированием платной инфраструктуры автодорожных магистралей, перевалочных терминалов, лизинга строительного-дорожно-ремонтной и перевозочной техники отечественным и зарубежным, в том числе странам СНГ, коммерческим структурам.

Существенным источником финансирования строительства автодорог могли бы стать облигационные займы под гарантии правительства России, размещаемые, как среди юридических, так и физических лиц. Вероятна возможность частных отечественных и иностранных инвестиций и кредитов на строительство дорог в районе высокоэффективных предприятий добывающих отраслей, где просто очень часто дорог по существу нет, или они в самом разрушенном состоянии. Другим немаловажным источником доходов могли бы быть сборы с предприятий придорожного обслуживания, в первую очередь на магистралях международного значения. Надо иметь в виду, что затраты, проезжающих по дорогам, на различные нужды не связаны непосредственно с проездом. Закупка питания, ночлег соизмеримы с самими транспортными издержками и с учетом этого, чистый доход от затрат на развитие дороги может быть увеличен на 30 - 40 и более процентов.

Следующим крупным источником является развитие перевалочных терминалов при контейнерных перевозках. Дело в том, что наибольшую заинтересованность в мультимодальных и интермодальных перевозках грузов сегодня проявляют, в основном, иностранные перевозчики. И строительство сети новых и реконструкция старых грузовых терминалов в местах пересечения международных автодорог с морскими и речными портами, с железнодорожными узлами и аэродромами может стать весьма привлекательным, прибыльным инвестиционным проектом.

Существующая в России и в странах СНГ система налогообложения делает лизинг важным источником повышения доходности автодорожных организаций. Как показывает мировой опыт, внедрения лизинга автодорожной

техники позволяет увеличить объем ремонтно-строительных работ на автомагистралях, как минимум, на 10 - 15%. Наконец, еще одним источником дополнительных финансовых ресурсов является коммерческое использование новых технологий в автодорожной отрасли. В этой сфере деятельности есть целый ряд достижений, которые могли бы найти покупателя не только внутри страны, но и на мировом рынке. Применительно к автодорогам. Российским дорожным агентством было принято решение о строительстве первой в мире автомагистрали на металлической основе. В этой связи можно было бы продумать вопрос о создании внешнеторговой фирмы по продаже ноухау-лицензий в страны со сходным климатом, таких как Аляска, Канада, Норвегия, а также по участию в тендерах на строительство автомагистралей в странах со сложными климатическими условиями. Например, в Центральной Африке, Южной Америке, в странах Центральной и Юго-Восточной Азии. [26]

29 марта 2007г. Правительство России одобрило Законопроект «О платных автомобильных дорогах». Результатом принятия Закона должно стать развитие сети автодорог, улучшение уровня безопасности на магистралях и привлечение инвестиций в дорожное хозяйство.

Платные магистрали, построенные с привлечением частных инвесторов, будут эксплуатировать на основе концессионного соглашения. Сами дороги останутся в собственности государственных или муниципальных органов, в зависимости от статуса дороги. Эти же органы будут устанавливать и предельный размер оплаты за проезд. Она будет различная для легкового и грузового транспорта.

Преимуществом платных дорог станет более высокая (не ниже 150 километров в час) скорость движения, которую планируется обеспечить за счет большого количества полос. [27, с. 17]

Платные дороги в Казахстане могут быть рентабельны только в том случае, если им не будет альтернативы. Таковы географические реалии страны.

Дорожное строительство тяжело реализовать через потенциальных концессионеров, потому что есть один тормозящий фактор, который проявляется не только в транспортной отрасли, но и во многих других – это немногочисленность населения. В Казахстане пока нет такого потока машин, чтобы строительство дорог было интересно для концессионеров, как, например, в странах Европы. Там плотность населения гораздо выше, и расстояние между городами-миллионниками незначительное. В целом по строительству платных автодорог наше министерство рассмотрело опыт 20 стран и пришло к такому выводу: для окупаемости дороги необходим поток в 20 тысяч автотранспортных средств в сутки. На сегодняшний день в Казахстане нет ни одной дороги с такой плотностью. Самая интенсивная трасса в республике Алматы - Капшагай в пиковый период имеет проходимость около 15 тысяч машин, и то только в летнее время. [27, с. 22]

Поэтому необходимо разработать благоприятные условия для привлечения частных инвесторов к строительству и обслуживанию автодорог. Министерство транспорта и коммуникаций представило правительству проект, который предполагает изменение двух законов: первый - о концессиях, второй - об автомобильных дорогах. Необходимо изменить статью, в которой говорится о

наличии альтернативной бесплатной дороги. Дело в том, что у нас не настолько плотный рынок, чтобы размывать транспортные потоки.

Второе изменение предполагает частичное возмещение затрат на строительство из бюджета, чтобы компенсировать нехватку пассажиропотока. Причем компенсация должна работать до тех пор, пока транспортный поток не достигнет установленного уровня рентабельности. Этот проект позволит гарантировать качество дорог. Концессионер будет обслуживать дорогу за деньги. Мы выделяем деньги для того, чтобы строилась дорога и чтобы она поддерживалась на высоком уровне. Это как раз и решит проблему по недофинансированию обслуживания дорог.[27, 18]

Итак, изучение опыта зарубежных предприятий позволили выявить следующие тенденции:

- повышение конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли должно основываться на повышении качества работ, а не на снижении цен;
- самым сложным и эффективным методом повышения доходности предприятий во всем мире признано снижение затрат;
- повышение качества дорожных покрытий позволит сократить затраты в долгосрочном периоде;
- использование современных технологий дорожного строительства позволит отечественным предприятиям повысить свою конкурентоспособность, а за счет относительного снижения затрат в долгосрочном периоде и доходность бизнеса.

Таким образом, вопрос возрождения и развития дорожно-строительной отрасли является стратегически важным фрагментом государственной экономической политики. Для повышения эффективности деятельности предприятий дорожно-строительной отрасли Казахстана необходимо изучение опыта зарубежных стран, которое будет способствовать как улучшению качества проводимых работ, повышению доходности отечественных компаний дорожно-строительной отрасли, экономии бюджетных средств, так и повышению конкурентоспособности отечественных предприятий и выходу на международные рынки.

2 АНАЛИЗ ДОХОДНОСТИ И ОЦЕНКА КОНКУРЕНТНЫХ ПОЗИЦИЙ ПОФ РГП «КАЗАХАВТОДОР»

2.1 Характеристика ПОФ РГП «Казахавтодор» и оценка его финансового состояния

Павлодарский областной филиал РГП «Казахавтодор» является структурным подразделением Республиканского государственного предприятия «Казахавтодор».

РГП «Казахавтодор» Комитета развития транспортной инфраструктуры Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан - это мощная составляющая дорожной отрасли Казахстана. Современная техническая база предприятия и активное внедрение в производство новейших технологий обеспечивают стабильное развитие предприятия, гарантируют качество международного стандарта при выполнении всех видов дорожных работ, включая строительство.

Постановлением Правительства РК № 227 2000 года «Казахавтодор» из Республиканского государственного казенного предприятия (РГКП) переименовали в предприятие на правах хозяйственного ведения (РГП).

Постановлением Правительства Республики Казахстан № 1527 от 14 октября 2000 года РГП «Казахавтодор» утверждено единым подрядчиком, выполняющим работы по содержанию, озеленению и текущему ремонту автомобильных дорог республиканского назначения.

Дата Образования - 30 декабря 1998 года, Свидетельство № 6065-1901-ГП. Дата перерегистрации - 27 января 2005 года (Свидетельство №9087-К01-ГП).

Предприятие располагает аттестованной лабораторией для проведения полного комплекса испытаний всех дорожно-строительных материалов.

РГП «Казахавтодор» награждён Золотой медалью SPI 2001 года. Это высшая награда Ассоциации содействия промышленности Франции, вручаемая победителю конкурса по программе «Золотая медаль SPI», являющаяся «свидетельством признания достижений в сохранении устойчивости и динамики структуры организации, символом качества товаров, услуг и технологий».

В составе РГП «Казахавтодор» образованы 85 дорожно-эксплуатационных участка со средней сетью обслуживания 250-350 км. и 201 дорожно-эксплуатационных пунктов (ДЭП), 4 лесопосадочных управления (ЛПУ), два ДЭРСУ (Дорожно-эксплуатационный ремонтно-строительный участок), которые полностью обслуживают республиканскую сеть автомобильных дорог, протяженностью 23507,9 км. Начиная с 2000 года, для усиления эксплуатационной службы дорог приобретается многофункциональная дорожная техника, предназначенная для содержания автомобильных дорог.

Полное наименование организации: Павлодарский областной филиал РГП «Казахавтодор» на праве хозяйственного ведения Комитета автомобильных дорог Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан.

В соответствии с Постановлением Правительства Республики Казахстан от 17 марта 2005 года N 239 «О создании дочерних государственных предприятий Республиканского государственного предприятия «Казахавтодор» на праве

хозяйственного ведения Комитета развития транспортной инфраструктуры Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан» Республиканскому государственному предприятию «Казахавтодор» на праве хозяйственного ведения Комитета развития транспортной инфраструктуры Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан было разрешено создание дочерних государственных предприятий, в т.ч. дочернего государственного предприятия «Казахавтодор – Павлодар». [28]

Филиал для осуществления своей деятельности имеет на самостоятельном балансе имущество, выделенное РГП «Казахавтодор, за целевое и рациональное использование которого несет полную ответственность директор филиала.

Основными видами деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» являются:

- осуществление работ по содержанию, озеленению и текущему ремонту автомобильных дорог общего пользования Республики Казахстан для безопасного и бесперебойного движения автотранспорта;
- поддержание транспортно-эксплуатационного состояния автомобильных дорог общего пользования и сооружений на них;
- участие в соответствии с действующим законодательством в конкурсах (тендерах) на выполнение различных видов дорожных и других строительно-монтажных работ;
- строительство, реконструкция, капитальный и средний ремонты автомобильных дорог и искусственных сооружений;
- развитие сервисного обслуживания на автомобильных дорогах.

Миссия ПОФ РГП «Казахавтодор» обеспечение высокого качества работ с гарантированным соблюдением всех технологических процессов в сжатые сроки по государственным расценкам.

Аппарат управления ПОФ РГП «Казахавтодор» представляет собой систему взаимосвязанных органов работников управления. На предприятии существуют постоянно действующие отделы и службы, отвечающие за выполнение определенных функций на производстве. Работники этих подразделений несут ответственность за результаты производственной деятельности. В 2008 году среднесписочная численность работников составила 241 человек.

Организационная структура ПОФ РГП «Казахавтодор» представлена на рисунке 10. Директор филиала руководит деятельностью филиала, назначается на должность и освобождается от нее Генеральным директором РГП «Казахавтодор» по согласованию с Комитетом автомобильных дорог.

Директор филиала:

- решает все вопросы деятельности филиала;
- несет персональную ответственность перед РГП «Казахавтодор» за состояние дел в филиале и выполнение установленных нормативов головным предприятием;
- представляет интересы РГП «Казахавтодор» в органах государственного управления, правоохранительных органах, общественных организациях;
- заключает индивидуальные трудовые договоры с работниками филиала, применяет в отношении них меры поощрения и дисциплинарного взыскания.

Организационная структура РГП «Казахавтодор»

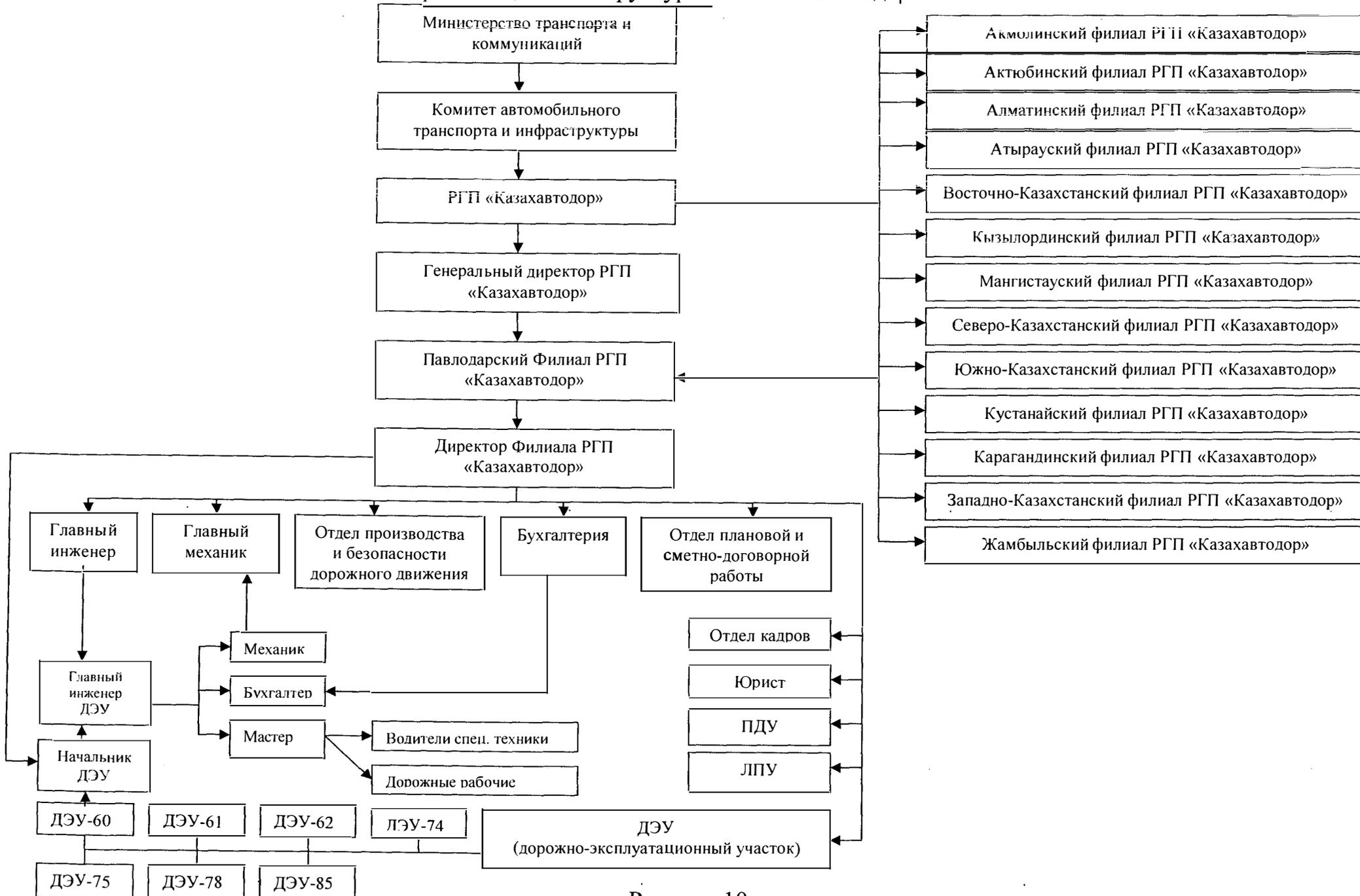


Рисунок 10

Главный инженер, заместители директора и главный бухгалтер филиала назначаются и освобождаются от должности и привлекаются к дисциплинарной ответственности и поощряются Генеральным директором РГП «Казахавтодор» по представлению директора филиала.

Начальник ДЭУ назначается и освобождаются от должности приказом Генерального директора РГП «Казахавтодор» по представлению директора филиала.

Цель организации ДЭУ – это выполнение работ по содержанию, текущему ремонту и озеленению автомобильных дорог и дорожных сооружений, обеспечению бесперебойного и безопасного движения транспортных средств по дорогам в течение всего года, с целью наиболее эффективного использования бюджетных средств, выделяемых на дорожные работы.

Основными задачами работы ДЭУ являются:

- своевременное и качественное выполнение установленных филиалом планов и заданий по содержанию и текущему ремонту автомобильных дорог и сооружений на них;
- обеспечение условий безопасного и бесперебойного проезда автотранспорта;
- надзор за состоянием автомобильных дорог и дорожных сооружений, соблюдение правил их пользования, охрана сооружений на автомобильных дорогах;
- ограничение и организация в установленном порядке движения транспорта в неблагоприятное время года, а также на ослабленных участках дорог и мостов, определяемых филиалом;
- проведение систематических наблюдений за снегозаносными участками дорог;
- учет интенсивности и состава движения и другие наблюдения необходимые для правильной организации содержания закрепленных участков дорог и получения исходных данных для планирования работ.

РГП «Казахавтодор» и его филиалы являются подрядчиками по выполнению работ текущего ремонта, содержания и озеленения дорог республиканского значения.

ПОФ РГП «Казахавтодор» имеет право участвовать в конкурсах по объектам среднего и капитального ремонта.

Контрольными функциями по всем видам работ наделено Государственное Учреждение автомобильных дорог, которому ежемесячно сдаются выполненные работы.

Лесопосадочный участок и дорожно-эксплуатационные участки являются хозрасчетными и имеют свой текущий счет в банке.

Контроль за производственной деятельностью ДЭУ осуществляет филиал. Филиал отвечает перед РГП «Казахавтодор» за деятельность ДЭУ.

Филиал доводит до ДЭУ следующие показатели:

- задание по уровню качества содержания автомобильных дорог;
- годовой план-прогноз в натуральных и денежных показателях на содержание, озеленение и текущий ремонт закрепленных участков дорог (расчетно), в пределах установленного лимита затрат;

- месячный план-задание работ;
- лимит затрат на содержание ДЭУ;
- штатное расписание специалистов ДЭУ;
- численность и фонд оплаты (расчетно) рабочих ДЭУ;
- мероприятия по обеспечению безопасности движения с календарными сроками их выполнения.

Основным показателем деятельности предприятия является анализ его финансового положения на основании данных финансовой отчетности (Приложения А, Б, В, Г).

Финансовое положение – это отражение финансовой устойчивости предприятия на определенный момент и обеспеченности его финансовыми ресурсами для бесперебойного осуществления хозяйственной деятельности и своевременного погашения своих долговых обязательств.

Посредством анализа финансовой отчетности осуществляется оценка результативности и эффективности деятельности предприятия.

В конечном результате после анализа руководство предприятия получает картину его действительного состояния, а лица, непосредственно не работающие на данном предприятии, но заинтересованные в информации о его финансовом состоянии (например, кредиторам, которые должны быть уверены, что им заплатят; аудиторам, которым необходимо распознавать финансовые хитрости своих клиентов; вкладчикам и др.) – сведения, необходимые для беспристрастного суждения (например, о рациональности использования вложенных в предприятие дополнительных инвестиций и т.п.).

Анализ финансового положения предприятия начинается с анализа динамики состава и структуры активов баланса, представленного в таблице 2 и на рисунке 11

Таблица 2

Структура активов ПОФ РГП «Казахавтодор за период 2005-2008 гг

Наименование показателя	Значение, тыс. тенге				Изменения, 2007 к 2006		Изменения, 2008 к 2007	
	2005	2006	2007	2008	тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Краткосрочные активы								
Денежные средства и их эквиваленты	536	5300	7460	15190	2160	40,80	7730	103,62
Товарно-материальные запасы	81823	35221	48356	136881	-1414	-2,84	88525	183,07
Краткосрочная дебиторская задолженность	33589	6829	6131	48493	-29218	-82,70	42362	690,95
Текущие налоговые активы	0	0	3579	5145	3579	100,00	1566	43,76
Активы, предназначенные для продажи	0	595	595	595	595	100,00	0	0,00

Продолжение таблицы 2

Наименование показателя	Значение, тыс. тенге				Изменения, 2007 к 2006		Изменения, 2008 к 2007	
	2005	2006	2007	2008	тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Прочие краткосрочные активы	0	257	699	189	699	100,00	-510	-72,96
Итого краткосрочных активов	115948	48202	66820	206493	-23599	-26,10	139673	209,03
Долгосрочные активы								
Балансовая стоимость нематериальных активов	62	0	0	0	-44	-100,00	0	0
Основные средства	273962	293698	321162	376005	-91633	-22,20	54843	17,08
Итого долгосрочных активсв	274024	293698	321162	376005	38209	13,50	54843	17,08
Итого активов	389972	341900	387982	582498	14610	3,91	194516	50,14

Динамика активов ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2008 гг

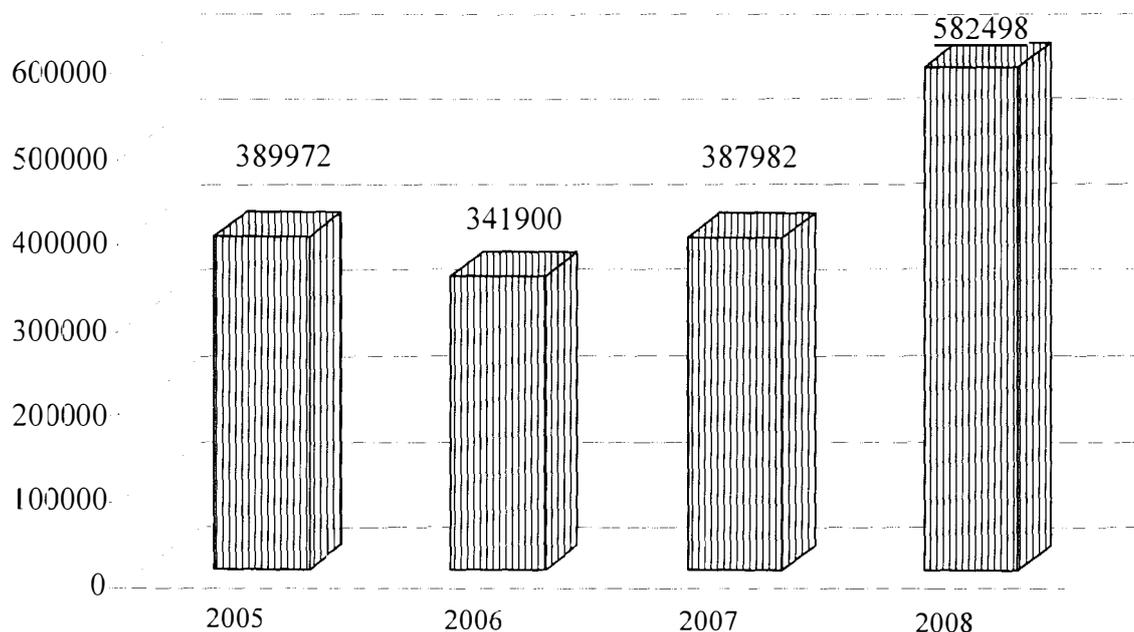


Рисунок 11

По данным таблицы 2 и рисунка 11 можно сделать следующие выводы: в период с 2005 по 2006 год наблюдается неблагоприятная динамика активов – сокращение на 12%, что связано с сокращением краткосрочной дебиторской задолженности почти в пять раз и сокращением запасов предприятия почти в два раза, вследствие этого и сумма краткосрочных активов сократилась на 58,43%. Однако, уже в 2007 году сумма активов выросла на 13,41%, достигнув уровня

2005 года. В 2008 году наблюдается высокий рост всех видов активов, кроме прочих, однако их изменение не оказывает сильного воздействия на значение активов из-за низкой занимаемой доли – 0,0003%. Краткосрочные активы ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2008 год увеличились на 209,03% и достигли 206 493 тыс. тенге. В основном увеличение произошло из-за роста запасов дорожно-строительных материалов, а именно из-за роста запасов асфальтобетонной смеси в 150 раз, битума в пять раз, песка и других материалов.

На рисунке 12 представлена структура активов ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2006-2007 гг.

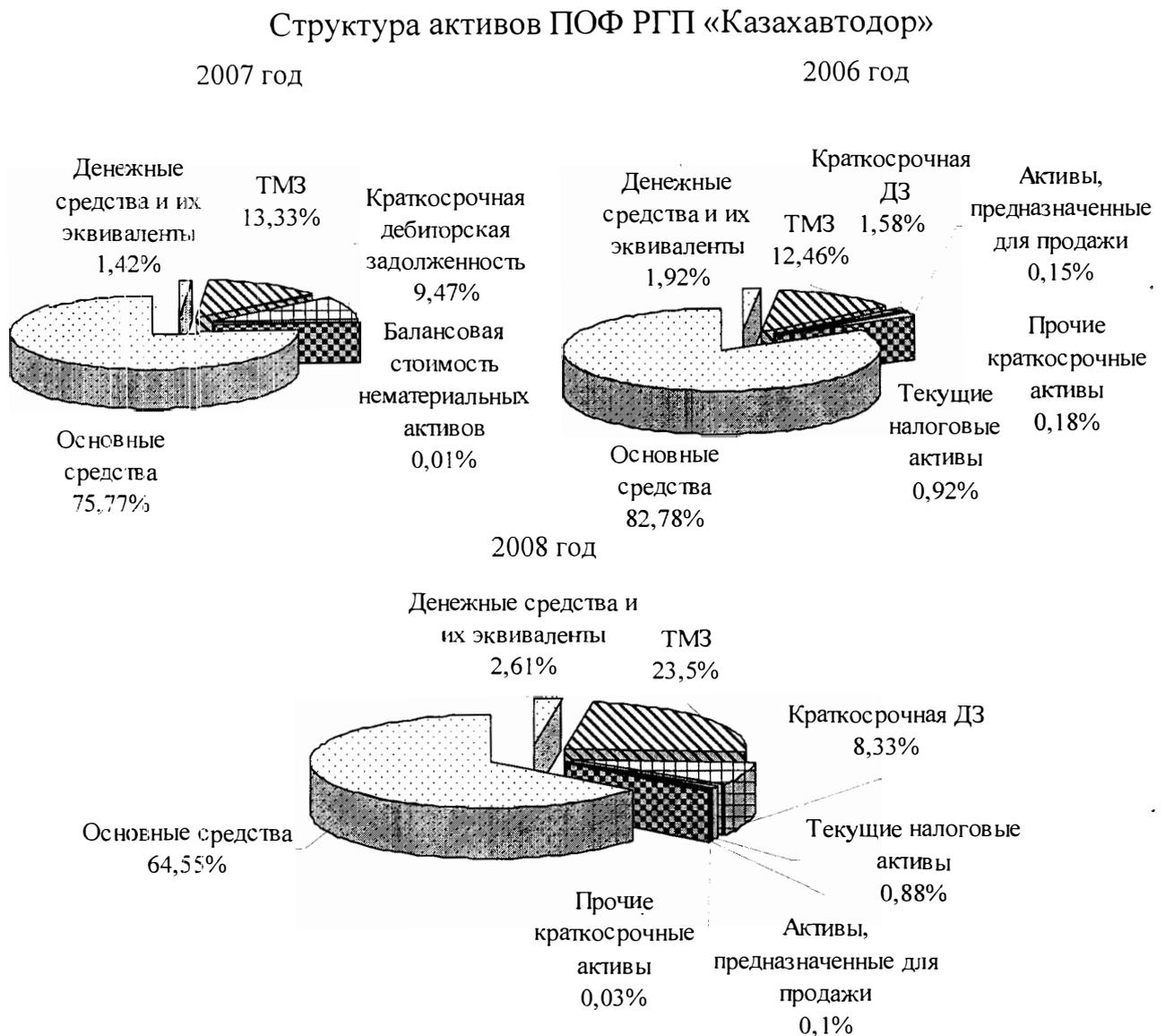


Рисунок 12

Как видно из рисунка 12 большую часть в структуре активов занимают основные средства, которые представлены следующими видами: земля, здания, сооружения, машины и другие. Однако доля основных средств в общей сумме активов уменьшилась в 2008 по сравнению с 2007 годом на 18% составила 64,55%, при этом сумма основных средств выросла на 17,08%. Снижение доли основных средств в структуре активов связано с резким увеличением стоимости запасов в 2008 году (на 183%).

Наибольшую долю в структуре краткосрочных активов как в 2006, 2007 так и в 2008 годах занимают товарно-материальные запасы. Запасы на предприятии представлены такими видами, как асфальтобетонная смесь (горячая и холодная), дорожные знаки, краски для разметочных работ, битум, щебень, песок и т.д. В общем объеме активов ТМЗ занимают 13,33, 12,46 и 23,5% соответственно в 2006, 2007 и 2008 годах (в общей сумме краткосрочных активов ТМЗ занимают 50, 73 и 66% соответственно в 2006, 2007 и 2008 гг).

Исследуя товарно-материальные запасы ПОФ РГП «Казахавтодор» необходимо отметить, что их увеличение произошло вследствие воздействия последствий мирового кризиса на всю экономику Казахстана, повлекших за собой неконтролируемый рост цен и усиление подверженности предприятий различным видам риска. ПОФ РГП «Казахавтодор» был вынужден увеличить объем запасов, приобретенных по действующим ценам с целью снижения вероятности роста дополнительных затрат, связанных с ростом цен. Увеличение цен прослеживается в 2008 году практически по всем видам материалов: так, цены на асфальтобетонную смесь увеличились на 29%, на битум – на 80%, цены на песок также увеличились на 56%.

В 2007 году сократилась доля краткосрочной дебиторской задолженности предприятия с 43 до 9% (в общем объеме краткосрочных активов), при этом сумма дебиторской задолженности снизилась на 82,66% и составила на конец 2007 года 6 131 тыс. тенге. Сокращение дебиторской задолженности рассматривается как положительная динамика, т.к. денежные средства не омертвлены в дебиторской задолженности, и, следовательно, предприятие может использовать их для осуществления расчетов по текущим сделкам. Однако уже в 2008 году рост дебиторской задолженности составил 690%, что в первую очередь связано с воздействием мирового кризиса на деятельность дебиторов, характеризующееся замедлением оборачиваемости денежных средств, ростом неплатежеспособности и снижением ликвидности предприятий отрасли. Долгосрочной дебиторской задолженности предприятие не имеет.

Анализ обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2008 года будет произведен на основании данных баланса, представленных в таблице 3

Таблица 3

Данные о составе и структуре обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2007 гг

Наименование показателя	Значение, тыс. тенге				Изменения, 2007 к 2006		Изменения, 2008 к 2007	
	2005	2006	2007	2008	тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Краткосрочные обязательства								
Обязательства по налогам	7137	3730	558	2848	-3172	-85,04	2290	410,39
Обязательства по другим обязательным и добровольным платежам	0	0	1411	2811	1411	100,00	1400	99,22

Продолжение таблицы 3

Наименование показателя	Значение, тыс. тенге				Изменения, 2007 к 2006		Изменения, 2008 к 2007	
	2005	2006	2007	2008	тыс. тенге	%	тыс. тенге	%
Краткосрочная кредиторская задолженность	45524	3676	356225	550787	-3118	-84,82	194562	54,62
Кредиторская задолженность дочерним (зависимым) организациям	4625	364	0	0	1047	287,64	0	0,00
Прочие краткосрочные обязательства	10348	369687	0	165	-13462	-3,64	165	100,00
Итого краткосрочные обязательства	67634	0	358194	556611	0	0,00	198417	55,39
Долгосрочные обязательства	0	0	0	0	0	0,00	0	0,00
Итого обязательства	67634	373727	358194	556611	-15533	-4,16	198417	55,39

Динамика обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» представлена на рисунке 13

Динамика обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2008 гг

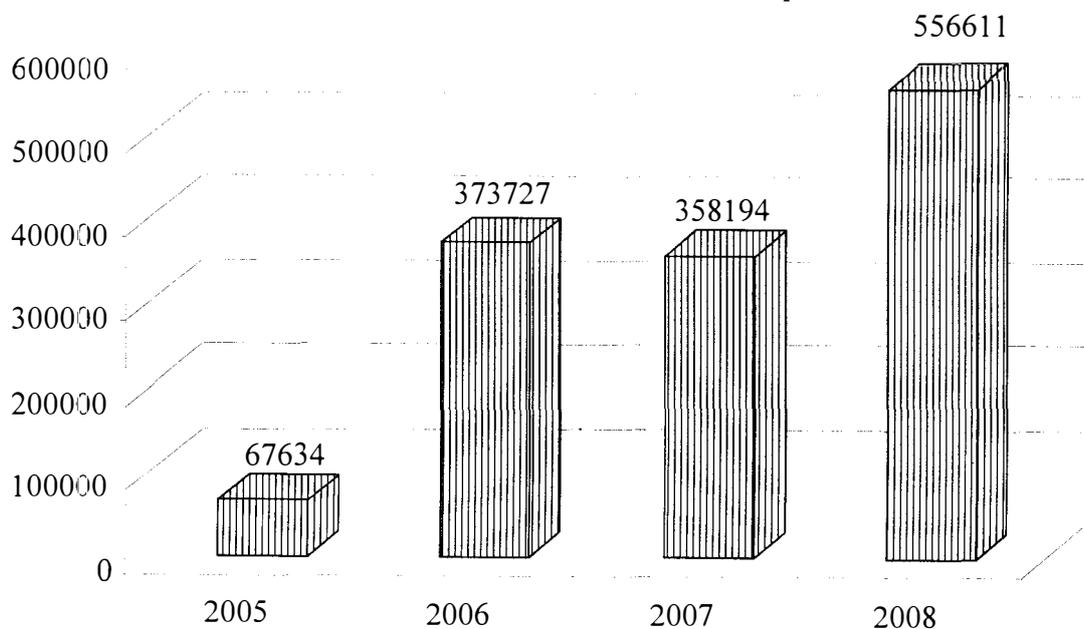


Рисунок 13

Как видно на рисунке 13 объем обязательств предприятия сократился в 2007 году и составил 358 млн. тенге, что на четыре процента меньше показателя 2006 года. Это можно определить как положительный момент, т.к.

активы компании при этом выросли почти на 4%. В 2008 году наблюдается резкий рост обязательств на 55,39%, причем обязательства предприятия представлены только краткосрочными требованиями. Однако темп прироста обязательств пропорционален росту активов.

Обязательства предприятия представлены только краткосрочными обязательствами, что связано с особенностями деятельности – государственный заказ, как правило, осуществляется на год. Необходимо проследить изменения, происходящие в структуре краткосрочных обязательств предприятия, которая наглядно представлена на рисунке 14.

Структура краткосрочных обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2006-2008 гг



Рисунок 14

Таким образом, видно, что структура обязательств ПОФ РГП «Казахавтодор» претерпела существенные изменения за 2007 год. В 2007 году преобладающую долю в структуре обязательств предприятия занимает статья «Краткосрочная кредиторская задолженность» - 99,45 процентов (в 2006 году доля этого показателя в общей структуре обязательств составляла всего три

процента). За 2008 год структура обязательств предприятия практически не изменилась – по прежнему большую долю занимает краткосрочная дебиторская задолженность – 98,95%. 88,19% краткосрочной кредиторской задолженности занимает задолженность за выполненные работы перед РГП «Казахавтодор» - авансы, выданные в рамках финансирования работ по государственному заказу.

Наиболее полную оценку финансового состояния дают результаты расчета коэффициентов, характеризующих различные аспекты деятельности предприятия. Для оценки различных аспектов финансово-хозяйственной деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» будет использован метод, называемый экспресс-анализ финансовой отчетности.

Экспресс-анализ является исследованием экономического потенциала и финансово-хозяйственной деятельности компании за определенный период (квартал, год) и характеризует относительное состояние компании с учетом ретроспективного фактора (на начало и конец периода). Выводы экспресс-анализа основаны на расчете относительных показателей и динамики их изменения, характеризующих различные аспекты деятельности предприятия за анализируемый период, его имущественное и финансовое положение.

На основе интерпретации полученных данных готовится заключение о финансово-экономическом положении предприятия с учетом ретроспективы его развития, в котором дается характеристика: доходности (рентабельности) его деятельности; структуры капитала, характеризующей финансовую устойчивость компании; ликвидности предприятия, характеризующей рискованность вложений и возможность банкротства; показателей оборачиваемости активов и собственного капитала, характеризующих уровень деловой активности предприятия; структуры выручки и затрат, а также вероятных тенденций изменений данных показателей.

Учитывая особенность выбранной темы, оценка рентабельности (доходности) будет произведена отдельно и более подробно в следующем подразделе настоящей работы.

Цель экспресс-анализа – наглядная и несложная (по времени исполнения и трудоёмкости реализации алгоритма) оценка финансового благополучия и динамики развития коммерческой организации. Экспресс-анализ проводится на основе данных бухгалтерского баланса предприятия (Приложение А и Б) и отчёта о результатах финансово-хозяйственной деятельности (Приложение В и Г). Сведём полученные данные экспресс-анализа в таблицу 4.

На основе проведённого экспресс-анализа текущей деятельности можно сделать вывод о том, что за период с 2007 по 2008 год на предприятии ПОФ РГП «Казахавтодор» произошли существенных изменений в сторону ухудшения финансового состояния.

Финансовое положение предприятия характеризуется высокой финансовой зависимостью и неустойчивостью. Проследить ухудшение или улучшение ситуации можно, наблюдая за изменением показателей в колонке «Отклонение». По данным именно этого показателя будут построены дальнейшие рассуждения.

Охарактеризуем каждый из полученных результатов и сделаем обобщённый вывод о результативности хозяйственной деятельности предприятия и о его финансовом положении.

Таблица 4
Система показателей оценки финансово-хозяйственной деятельности

№	Наименование показателя	Формула расчета	Информационное обеспечение	Значение		Отклонение
				2007	2008	
1	Оценка имущественного положения					
1.1	Сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятия, тыс. тенге	Итог баланса	Баланс	387982,00	582498,00	194516,00
1.2	Коэффициент износа основных средств	Накопленный износ/первоначальная стоимость основных средств	Баланс	0,45	0,43	-0,02
2	Оценка ликвидности					
2.1	Величина собственных оборотных средств	Собственный капитал + долгосрочные обязательства – долгосрочные активы	Баланс	-291374,00	-350118,00	-58744,00
2.2	Коэффициент покрытия общий	Краткосрочные активы / краткосрочные обязательства	Баланс	0,19	0,37	0,18
2.3	Коэффициент абсолютной ликвидности	Денежные средства / Краткосрочные обязательства	Баланс	0,02	0,03	0,01
2.4	Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов	Собственные оборотные средства / (ТМЗ+РБП)	Баланс	-6,03	-2,56	3,47
2.5	Маневренность собственных оборотных средств	Денежные средства / Функционирующий капитал (КА - КО)	Баланс	-0,03	-0,03	0,00
3	Оценка финансовой устойчивости					
3.1	Коэффициент независимости	Собственный капитал / Всего хозяйственных средств	Баланс	0,08	0,04	-0,032
3.2	Коэффициент маневренности собственного капитала	Собственные оборотные средства / Собственный капитал	Баланс	-9,78	-13,52	-3,74
3.3	Коэффициент соотношения привлеченных и собственных средств	Привлеченный капитал/Собственный капитал	Баланс	1202,00	2150,00	78,87
4	Оценка деловой активности					
4.1	Доход от реализации продукции и оказания услуг	Отчет о прибылях и убытках		624782,00	805069,00	180287,00
4.2	Прибыль (убыток) до налогообложения	Отчет о прибылях и убытках		36156,00	12187,00	-23969,00
4.3	Фондоотдача	Доход от реализации / Средняя стоимость основных средств	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	1,95	2,14	0,20

Продолжение таблицы 4

4.4	Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности (в оборотах)	Доход от реализации / средняя дебиторская задолженность	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	101,89	16,60	-85,29
4.5	Продолжительность оборота средств в расчётах (в днях)	360 дней / оборачиваемость ДЗ	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	3,53	21,68	18,15
4.6	Коэффициент оборачиваемости ТМЗ (в оборотах)	Себестоимость реализованной продукции / (ТМЗ + РБП)	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	11,29	5,38	-5,91
4.7	Продолжительность оборота ТМЗ (в днях)	360 дней / показатель 4.6	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	31,87	66,92	35,05
4.8	Продолжительность оборота кредиторской задолженности (в днях)	Средняя КЗ * 360 дней / С/с реализованной продукции	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	236,11	272,12	36,01
4.9	Продолжительность операционного цикла, дни	Показатель 4.5 + показатель 4.7	Баланс, Отчет о прибылях и убытках	35,40	88,60	53,20

Сумма хозяйственных средств, находящихся в распоряжении предприятия. Этот показатель даёт обобщённую стоимостную оценку величины предприятия как единого целого. Это – учётная оценка активов, числящихся на балансе предприятия, необязательно совпадающая с их суммарной рыночной оценкой. Рост этого показателя свидетельствует о наращивании имущественного потенциала предприятия, что мы и можем наблюдать на ПОФ РГП «Казахавтодор», где значение этого показателя увеличилось на 194 516 тыс. тенге, т.е. на 50%.

Важным показателем, характеризующим техническое состояние основных средств, является коэффициент износа, который на исследуемом предприятии за период с 2007 по 2008 год снизился незначительно, всего на 0,02 и составил 0,43. Это говорит о том, что всего 43 процента основных средств физически изношены и устарели. В ходе исследования было выяснено, что предприятие оснащено нормативной техникой всего на 36% (в соответствии с международными стандартами). В связи с этим предприятие вынуждено использовать машины и оборудование более интенсивно, вследствие чего износ основных средств происходит ускоренными темпами. Поэтому руководству ПОФ РГП «Казахавтодор» необходимо уделить внимание укреплению, обновлению материально-технической базы, а также решить вопрос о рациональном использовании оборудования.

Оценка ликвидности предприятия имеет очень важное значение, т.к. показывает возможности предприятия покрыть свои краткосрочные

обязательства. Анализ ликвидности баланса заключается в сравнении средств по активу, сгруппированных по степени их ликвидности, с обязательствами по пассиву, сгруппированными по срокам их погашения.

Величина собственных оборотных средств – показатель характеризующий ту часть собственного капитала предприятия, которая является источником покрытия его краткосрочных активов. Рост этого показателя рассматривается как положительная тенденция. Расчет данного показателя как по 2007, так и по 2008 году дал отрицательный результат: -291 374 и -350 118 тыс. тенге соответственно, причем сумма собственных оборотных средств сократилась на 20%. Данная ситуация объяснима: во-первых это связано с организационно-правовой формой собственности предприятия (государственной), т.к. собственный капитал предприятия состоит только из резервного капитала, во-вторых, т.к. отсутствует собственный капитал у предприятия, краткосрочные активы покрываются за счёт кредиторской задолженности, что свидетельствует об усилении финансовой зависимости предприятия от заказчиков и неустойчивости его положения, но это опять таки связано со спецификой деятельности, т.к. предприятие работает в рамках гос. заказа и зависит от своевременности финансирования.

Общий коэффициент покрытия позволяет установить в какой кратности краткосрочные активы покрывают краткосрочные обязательства. Чем больше величина первых, тем больше уверенность, что обязательства будут погашены за счёт имеющихся активов. В нашем случае данный коэффициент в предшествующем году равнялся 0,19, а в отчётном он составил 0,37 т.е. Это значит, что предприятие может покрыть имеющимися краткосрочными активами только 37% краткосрочными обязательств, что рассматривается как весьма отрицательное явление, потому что, оптимальным считается значение этого показателя равным 2.

Коэффициент абсолютной ликвидности является наиболее жёстким критерием ликвидности предприятия: показывает, какая часть краткосрочных заёмных обязательств может быть при необходимости погашена немедленно за счёт имеющихся денежных средств. Рассматриваемое предприятие может погасить всего 3% подобных обязательств.

Доля собственных оборотных средств в покрытии запасов характеризует ту часть стоимости запасов, которая покрывается собственными оборотными средствами. А маневренность собственных оборотных средств характеризует ту часть собственных оборотных средств которая находится в форме денежных средств. Расчёт этих показателей по ПОФ РГП «Казахавтодор» не имеет смысла, так как и запасы и другие активы как уже было сказано выше покрываются за счёт кредиторской задолженности.

Коэффициент независимости характеризует долю собственности владельцев предприятия в общей сумме средств, авансированных в его деятельность. Чем выше значение коэффициента, тем более финансово устойчиво, стабильно и независимо от внешних кредиторов предприятие. Исследуемое предприятие, как показывают расчёты, находится в огромной зависимости, так как значение этого показателя в 2007 году составило 0,08, т.е. доля собственного капитала составляет всего 8% в сумме вложенных в предприятие средств, а в следующем 2008 этот показатель вообще потерял четыре пункта и стал равен 0,04 или 4%.

Коэффициент соотношения привлечённых и собственных средств. Этот коэффициент даёт наиболее общую оценку финансовой устойчивости предприятия. Рост показателя свидетельствует об усилении зависимости предприятия от внешних инвесторов и кредиторов, т.е. о снижении финансовой устойчивости. Его значение равное 2150 в отчетном году, означает, что на каждый тенге собственных средств, вложенных в активы предприятия, приходится 2150 тенге привлечённых средств. Высокое значение показателя объясняется практически полным отсутствием собственного капитала, а также правовой основой деятельности предприятия – филиал государственного предприятия. Сумма привлечённых средств намного возросла (55%), что естественно говорит о существенном увеличении финансовой зависимости, но риск оправдан гарантированным выполнением работ и эффективностью управления дебиторской задолженностью.

Фондоотдача характеризует насколько эффективно используются основные средства. Как показали расчёты этот показатель в динамике вырос на 0,2, составив 2,14, что говорит о повышении эффективности использования основных средств.

Продолжительность оборота дебиторской задолженности увеличилась на 18,15 дней и это привело к сокращению совершенных оборотов за год на 85,29 и составило 16,6 раз, вместо 101,89 предшествовавшего года. Данная динамика оценивается как отрицательное явление, т.к. денежные средства более длительное время омертвлены и не участвуют в формировании финансового результата.

Продолжительность оборота ТМЗ также увеличилась на 35,05 дней, и составила на конец 2008 года 66,92 дня.

Продолжительность оборота кредиторской задолженности увеличилась на 36,01 дней. Возможно, это связано с увеличением срока обращения дебиторской задолженности, т.к. теперь для удовлетворения своих требований предприятию необходим более долгий срок.

Продолжительность операционного цикла влияет на объём, структуру и эффективность использования оборотного капитала. Чем он меньше, тем лучше. На нашем предприятии он увеличился на 53,2 дней.

Делая же общий вывод о деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» можно говорить о существенных недостатках в его деятельности. Прежде всего это касается его финансового положения, которое можно охарактеризовать как неустойчивое. Это вызвано высокой финансовой зависимостью от привлечённого капитала и снижением эффективности управления дебиторской задолженностью.

Оценка доходности деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» будет произведена в следующем подразделе работы.

2.2 Оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор»

Экономика дорог и транспорта всегда тесно взаимосвязана с общим геополитическим положением страны, с темпами и особенностями развития экономики государства. Не только внутренний, но и внешний товароборот напрямую зависит от фактора совершенства схемы государственных

автомагистральных, железнодорожных, водных и воздушных путей сообщения, и, кроме того, от степени развития транспортной отрасли в целом. Для настоящего периода развития экономики Казахстана характерно доминирующее участие автотранспорта в процессе товарооборота, тогда как остальные виды транспорта в силу различных причин играют лишь второстепенную роль. Залогом нормального развития торгово-экономических связей в пределах страны и в международном масштабе на сегодняшний день остается функциональное состояние республиканской сети автомагистралей, которое зависит от эффективности деятельности дорожных служб. В связи с этим далее будет произведена оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор» на рынке дорожно-строительных работ.

Однако возникает вопрос, является ли это актуальным для государственного предприятия? Зарубежные авторы утверждают, что «один из способов улучшения результатов работы государственного сектора – использовать те же инструменты, которые использует частный сектор...». [29, с. 24] Некоторые люди спрашивают, насколько далеко может зайти такое сближение и утверждают, что операции в государственном и коммерческом секторах имеют принципиальные различия. [29, с. 25] Исследователи утверждают, что эти различия часто преувеличиваются и не должны использоваться для оправдания неэффективности и непродуктивности работы или напрасного расходования ресурсов. Поэтому в работе будут использованы методы, применяемые для оценки конкурентных позиций частных предприятий, в частности система количественных и качественных показателей, а также SWOT-анализ.

Как уже было отмечено, РГП «Казахавтодор» призвано выполнять работы государственного заказа по содержанию, текущему ремонту и озеленению автомобильных дорог республиканского значения. Кроме того, предприятие участвует в конкурсах (тендерах) для получения объемов по капитальному, среднему ремонту автомобильных дорог местного значения. [30, с. 496] Поэтому в качестве основы оценки конкурентных позиций будут использованы положения Закона РК от 21 июля 2007 года N 303 «О государственных закупках».

В соответствии с законом в открытых конкурсах (тендерах) могут принимать участие потенциальные поставщики, определенные по итогам рассмотрения заявок на участие в конкурсе соответствующими квалификационным требованиям и требованиям конкурсной документации и признанные конкурсной комиссией участниками конкурса. [31]

Т.к. основным фактором конкуренции на рынке услуг по дорожному ремонту является стоимость оказываемых услуг, то для заказчиков из числа государственных и местных органов власти предпочтительными являются предприятия известные, с более эффективной техникой и высокой квалификацией кадров, которые в состоянии обеспечить качество выполняемых работ.

Сегодня на рынке дорожных услуг Павлодарской области в целом существует достаточно высокая конкуренция (что напрямую связано с ограниченностью средств на финансирование дорожных работ из республиканского и местного бюджетов), однако ее уровень по отдельным

секторам рынка различен. Поэтому для определения участника конкурса, предлагающего наиболее качественный товар, работу, услугу, и поддержки отечественных предпринимателей организатор государственных закупок обязан предусмотреть в конкурсной документации критерии, влияющие на конкурсное ценовое предложение участников конкурса.

В соответствии с пунктом 4 статьи 17 Закона «О государственных закупках» предусмотрено применение следующих критериев, влияющие на конкурсное ценовое предложение участников конкурса по каждому лоту:

- опыта работы на рынке товаров, приобретаемых на данном конкурсе. При рассмотрении опыта работы на рынке поставки товаров, конкурсная комиссия условно уменьшает цену конкурсной заявки на один процент за каждые два года наличия у потенциального поставщика опыта работы на рынке закупаемых товаров, начиная с одного года, но не более пяти процентов;

- наличие у потенциального поставщика более квалифицированных работников соответствующего профиля, чем у других потенциальных поставщиков. При этом конкурсная комиссия уменьшает условную цену конкурсной заявки на пять процентов. За наличие у заявленных потенциальным поставщиком работников опыта работы по предмету конкурса, конкурсная комиссия также уменьшает цену конкурсной заявки на пять процентов. Суммарное процентное влияние на условную цену конкурсной заявки данного критерия не должно превышать десять процентов.

- предоставление потенциальным поставщиком документа, подтверждающего наличие сертифицированной системы (сертифицированных систем) менеджмента в соответствии с требованиями государственных стандартов. При этом конкурсная комиссия снижает условную цену конкурсной заявки на два процента. Суммарное влияние на цену конкурсной заявки данного критерия не должно превышать три процента;

- данные о приеме на работу за последние два года пять и более выпускников высших и средне - специальных учебных заведений. Конкурсная комиссия отнимает от условной цены конкурсной заявки два процента;

- повышение квалификации кадров за последние два года пяти и более работников рабочих специальностей снижает условную цену конкурсной заявки на два процента;

- наличие чипсиллера. При осуществлении среднего ремонта автодорожных покрытий существенное влияние на условную скидку цены конкурсной заявки является использование при проведении шероховато-поверхностной обработки собственного битумощебнераспределителя «Чипсиллер». Предприятия, имеющие в собственности чипсиллер получают дополнительные три процента скидки при участии в тендерах;

- предоставление потенциальным поставщиком обеспечения ликвидации возможных дефектов периода больше базового, указанного в конкурсной документации также влияет на принятие решений конкурсной комиссией и уменьшает условную цену на четыре процента;

– в случае, если потенциальный поставщик является отечественным поставщиком услуг конкурсная комиссия условно уменьшает цену конкурсной заявки на четыре процента.

В случае непредставления документов потенциальным поставщиком, подтверждающих критерии, влияющие на конкурсное ценовое предложение, то конкурсная комиссия не применяет к такому потенциальному поставщику условную скидку, при этом непредставление документов, подтверждающих критерии, влияющие на конкурсное ценовое предложение, не является основанием для отклонения такой заявки. Суммарное процентное влияние на условную цену конкурсной заявки перечисленных критериев, кроме отечественного производства не должно превышать 26 процентов. Для отечественного товаропроизводителя суммарное процентное влияние на условную цену конкурсной заявки критериев не должно превышать 30 процентов. [31] Оценку данных критериев производит конкурсная комиссия на основе предоставленной конкурсной документации. Рассмотрим конкурентные позиции ПОФ РГП «Казахавтодор» на примере расчета процентных влияний на условную цену конкурсной заявки потенциального поставщика по Лоту №8 (средний ремонт участка автомобильной дороги республиканского значения Павлодар-Караганда в районе п. Калкаман), представленного Комитетом транспорта и коммуникаций. Результаты расчета представлены в таблице 5.

В результате произведенных расчетов ПОФ РГП «Казахавтодор» по Лоту №8 признан выигравшим конкурс.

Рассмотрим более подробно конкурентные преимущества Павлодарского областного филиала РГП «Казахавтодор». Оценку конкурентных преимуществ следует начать с анализа внешней среды. Анализ «внешней среды» позволяет более объективно рассмотреть условия работы на рынке с учетом существующих политических, экономических, законодательных, социальных, технологических аспектов, т.е. факторов «макросреды». Изучение состояния и прогноз этих сил позволяет правильно рассчитать силы компании и спланировать практические действия. Внешняя среда функционирования предприятия представлена на рисунке 15.

Состав потребителей и поставщиков как правило остается неизменным из года в год, что объясняется спецификой отрасли. Интерес здесь представляет тот факт, что конкуренты предприятия в то же время являются его партнерами. Необходимо отметить, что деятельность в отрасли строится на взаимодействии хозяйствующих субъектов, так как все предприятия призваны способствовать реализации Программы развития автодорожной отрасли Республики Казахстан на 2006-2012 годы. Законом Республики Казахстан от 16 июля 2001 года № 242 –II «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан» предусмотрена возможность передачи на субподряд в совокупности не более двух третей предусмотренных договором стоимости всех подрядных работ (цены подряда), при этом, с учетом дефицита финансирования и высокого уровня конкуренции предприятия-конкуренты зачастую становятся партнерами в погоне за дополнительным заработком.

К числу поставщиков относятся как предприятия, предоставляющие услуги коммуникаций (АО «Казахтелеком» - телефонная связь, АО «ЕЭК», АО

Система внешних связей ПОФ РГП «Казахавтодор»

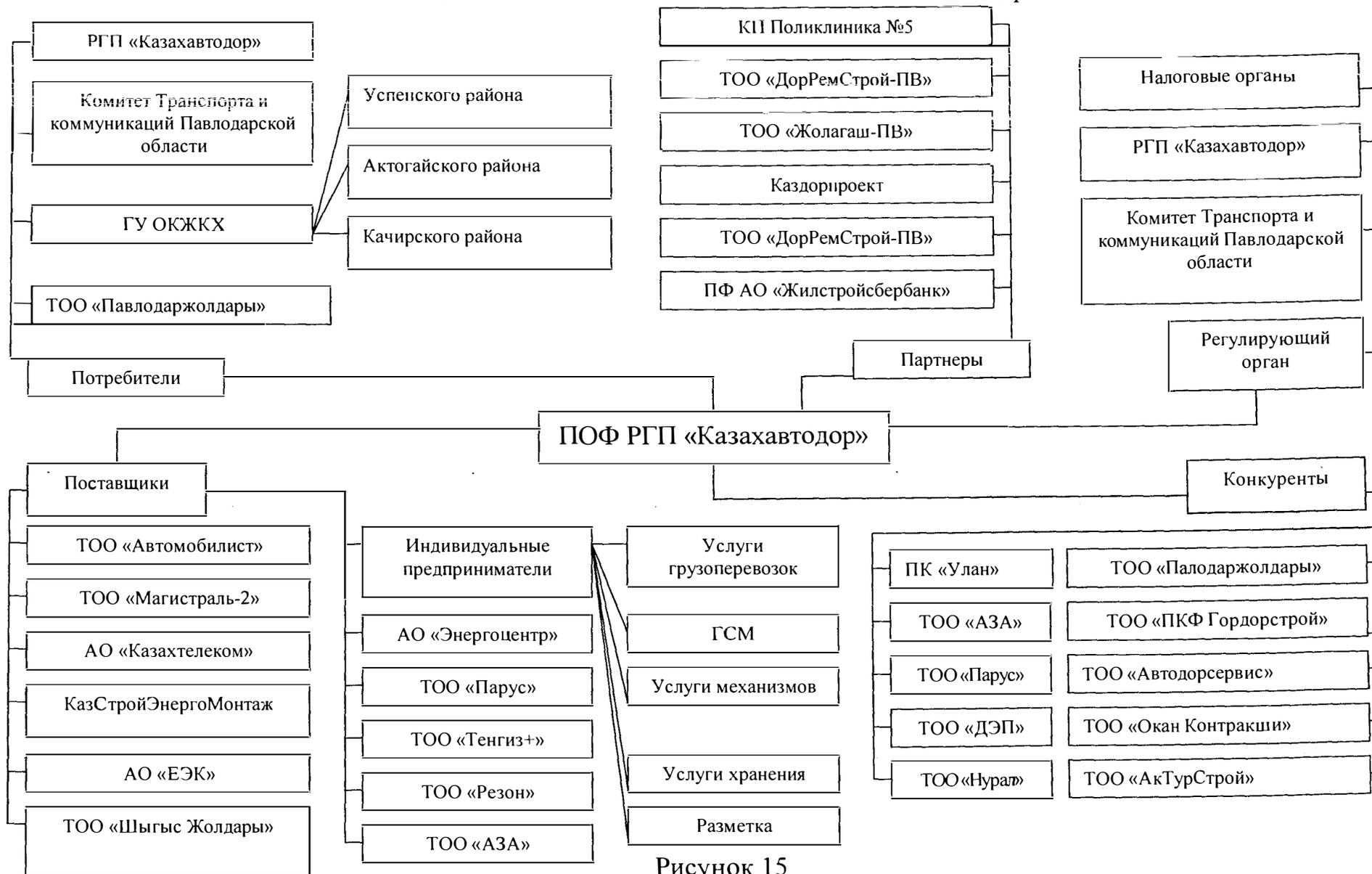


Рисунок 15

«Энергоцентр» - электроэнергия), так и предприятия, поставляющие непосредственно дорожно-строительные материалы (ТОО «Шыгыс Жолдары», ТОО «АЗА» - асфальтобетон, «КазСтройЭнергоМонтаж», ТОО «Парус» - щебень и другие). Предприятие также пользуется услугами индивидуальных предпринимателей, объектами договоров с которыми становятся, в основном, автоуслуги по перевозке дорожно-строительных материалов непосредственно на участок работы.

ПОФ РГП «Казахавтодор» также предоставляет услуги предприятиям Павлодарской области, объектами которых в основном выступают выполненные работы по ремонту автодорог, разметка, услуги механизмов. Так как предприятие работает в рамках государственного заказа – основным заказчиком работ выступает РГП «Казахавтодор» (86% от всей кредиторской задолженности). Работы на дорогах местного значения осуществляются за счет финансирования местного бюджета, как правило, районного, поэтому здесь основными заказчиками являются районные акиматы.

На сегодняшний день в Павлодарской области работают более 12 фирм-подрядчиков по строительству и содержанию автомобильных дорог.

В Приложении Д приведены данные по ремонту автомобильных дорог местного значения, находящихся на территории Павлодарской области в разрезе районов и предприятий за 2008 год. [33]

На основании таблицы, представленной в Приложении Д была построена диаграмма (Рисунок 16), отражающая структуру дорожно-строительных работ, проведенных в 2008 году, в разрезе предприятий Павлодарской области.

Структура выполненных работ по ремонту автомобильных дорог областного и районного значения в разрезе предприятий Павлодарской области

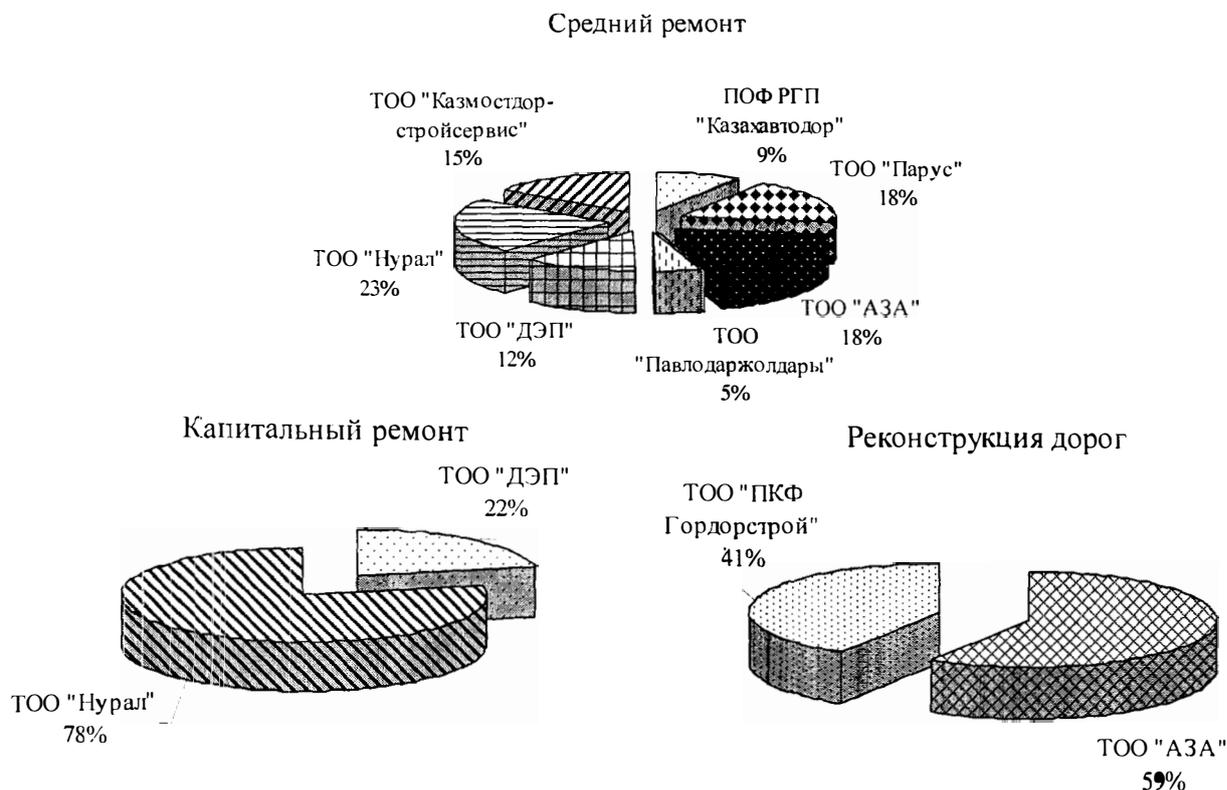


Рисунок 16

На сегодняшний день в Павлодарской области работают более 12 фирм-подрядчиков по строительству и содержанию автомобильных дорог.

В 2008 году на дорожно-ремонтные и строительные работы автомобильных дорог общего пользования областного и районного значения выделено 1511,7 млн. тенге, что в 2,6 раза превышает уровень 2007 года. За 2008 год по Павлодарской области были проведены работы по ремонту автомобильных дорог на общую сумму 1 000,502 млн. тенге, из которых 41,31 процента – средний ремонт, 19,21 процента – капитальный ремонт и 39,48 процентов – реконструкция автомобильных дорог. С помощью данных таблицы Д.1 можно оценить долю ПОФ РГП «Казахавтодор» в организации дорожно-строительных работ Павлодарской области. За 2008 год филиалом были выполнены работы по среднему ремонту на участке Ленинский - Иртышск - Русская Поляна (пять километров), что занимает всего 9% во всем объеме работ по проведению среднего ремонта на автодорогах Павлодарской области. Как можно увидеть в таблице у рассматриваемого нами предприятия имеется шесть конкурентов, основными из которых, судя по объему проделанной работы в 2008 году являются ТОО «Нурал», ТОО «АЗА» и ТОО «Парус». ТОО «ДЭП» на сегодняшний день существенно потеряли свои конкурентные позиции в связи с нарушением сроков выполнения работ по среднему ремонту. На участке автодороги Ленинский – Иртышск – Русская Поляна на 234-272 км подрядная организация ТОО «ДЭП» отстала от графика выполнения работ по среднему ремонту. А уже 1 ноября департамент остановил все работы на этом участке в связи с понижением температуры. Осталось не выполнено в полном объеме: выравнивающий слой, ШПО (шероховато-поверхностная обработка) и разметка проезжей части дороги. В связи с неисполнением договорных обязательств в отношении ТОО «ДЭП» приняты меры в рамках действующего законодательства по предъявлению штрафных санкций за не завершение работ в срок. [33] Следует отметить, что конкурентная борьба на рынке дорожно-строительных услуг достаточно жесткая, что не дает возможности предприятиям на ошибку. Кроме штрафных санкций при невыполнении договорных обязательств предприятие может лишиться работы на последующие годы.

ТОО «Казмостдор-стройсервис» не является прямым конкурентом ПОФ РГП «Казахавтодор», т.к. основным профилем его деятельности является выполнение работ на путепроводах и мостах, имеющих асфальтобетонное покрытие. Однако «сбрасывать его со счетов» тоже не стоит.

Из республиканского бюджета выделены средства в объеме 5 593 млрд. тенге, в т.ч. на освоение в 2008 году 4 738,7млн. тенге.

В таблице 6 представлены данные об объемах выполненных работ по ремонту и реконструкции дорог Павлодарской области республиканского значения. На основании данных таблицы 6 была построена диаграмма «Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог Павлодарской области республиканского значения в 2008 году в разрезе предприятий», представленная на рисунке 17.

С помощью данных таблицы 6 и рисунка 17 можно оценить долю ПОФ РГП «Казахавтодор» в строительстве и ремонте дорог республиканского значения.

Таблица 6

Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог Павлодарской области республиканского значения в 2008 году

Наименование предприятия	Всего выполненных работ, тыс. тенге	Средний ремонт		Капитальный ремонт		Реконструкция	
		стоимость, тыс. тенге	доля, %	стоимость, тыс. тенге	доля, %	стоимость, тыс. тенге	доля, %
ПОФ РГП «Казахавтодор»	187127,9	102200	19,95	84900	7,92	-	-
ТОО «Парус»	78715,37	78700	15,37	-	-	-	-
ТОО ПКФ «Гордорстрой»	119723,4	119700	23,37	-	-	-	-
ТОО «АЗА»	123524,1	123500	24,11	-	-	-	-
ПК «Улан»	88117,2	88100	17,20	-	-	-	-
ТОО «Автодорсервис»	2724100	-	-	-	-	2724100	86,35
ТОО «Окан Констракши»	430700	-	-	-	-	430700	13,65
ТОО «АкТурСтрой»	187717,5	-	-	187700	17,52	-	-
ТОО «Павлодаржолдары»	798974,6	-	-	798900	74,56	-	-
Итого	4738700	512200	100,00	1071500	100,00	3154800	100

Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог Павлодарской области республиканского значения в 2008 году в разрезе предприятий

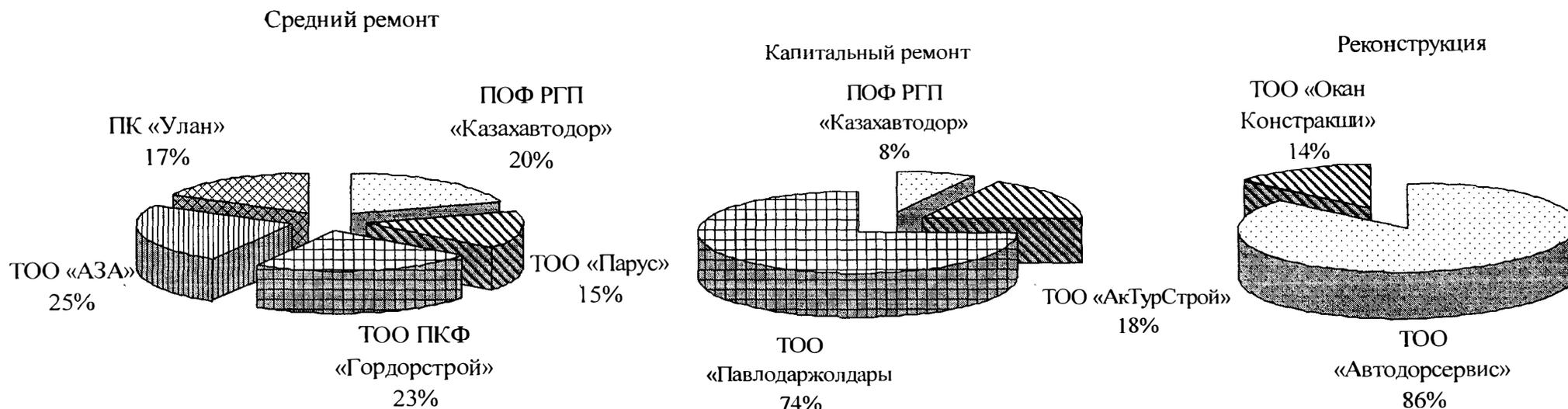


Рисунок 17

Таким образом, в 2008 году ПОФ РГП «Казахавтодор» выполнил работы по среднему ремонту дорог республиканского значения на сумму 20 процентов рынка по среднему ремонту и 187127,9 тыс. тенге, что занимает 20 процентов всего объема средств, выделенных на работы по среднему ремонту в рамках государственного заказа. Также выполнены работы по капитальному ремонту автодороги Ленинский – Аксу – Б. Аюкар – Курчатов на общую сумму 84 900 тыс. тенге (8% от всего объема работ по капитальному ремонту). В реконструкции дорог ПОФ РГП «Казахавтодор» участия не принимал.

В ходе проведенного исследования внутренней и внешней среды функционирования ПОФ РГП «Казахавтодор» были выявлены сильные и слабые стороны, угрозы и возможности предприятия. Результаты представлены в таблице 7.

К числу сильных сторон можно отнести следующие:

- разветвленная сеть дорожных участков (ДЭУ), способных обеспечить бесперебойное дорожное движение на всех участках автомобильных дорог Павлодарской области, пять ДЭУ, расположенных в населенных пунктах Павлодарской области, в т.ч. в п. Калкаман, п. Ленинский, г. Павлодар. Ни одно предприятие на территории Павлодарской области не располагает стольким количеством производственных участков, а соответственно для частных организаций становится проблематичным проведение работ как по непосредственно ремонту и строительству дорог, так и по устранению дефектов в гарантированные сроки.

- осуществление деятельности по гос. заказу, что обеспечивает предприятие необходимым объемом работ;

- постоянство кадрового состава, в силу специфики деятельности и достаточно развитой системы компенсаций (лечебный фонд, доплаты за выслугу, премии и т.д.). Исследования специфики деятельности частных организаций, осуществляющих деятельность по ремонту и строительству дорог, показали, что имеются нарушения трудового законодательства, а в связи с воздействием мирового кризиса предприятия сокращают объемы деятельности и соответственно штат работников.

- богатый накопленный опыт (стаж руководящих работников предприятия в среднем составляет 20 лет, предприятие функционирует на рынке 10 лет).

- положительными моментами функционирования дорожно-строительной отрасли является стабильность и надежность поставщиков из-за большой конкуренции. В дорожном строительстве основные материальные ресурсы (щебень, битум, железобетонные изделия, горюче-смазочные материалы) составляют не менее 40% стоимости работ, причем цены на них стабильны, либо легко прогнозируемые.

Слабые стороны:

- низкий уровень доходности (2%);
- низкий уровень нормативной оснащенности на предприятии (всего 36%) согласно международным стандартам. Как уже было отмечено, предприятие в рамках государственного заказа выполняет работу только на дорогах республиканского значения, однако, согласно устава, имеет возможность

Таблица 7
SWOT-анализ деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор»

<p style="text-align: center;">Внешняя среда</p> <p style="text-align: center;">Внутренняя среда</p>	<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - Получение доходов от предоставления дополнительных услуг; - Повышение уровня квалификации сотрудников; - Способность обеспечить выполнение работ на дорогах местного значения (кроме гос. заказа); - Снижение затрат. 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> - Высокий уровень конкуренции в отрасли; - Устаревание материально-технической базы; - Влияние мирового финансового кризиса; - Снижение доходности.
<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разветвленная сеть дорожных участков (ДЭУ), способных обеспечить бесперебойное движение на всех участках автомобильных дорог Павлодарской области - Осуществление деятельности по гос. заказу; - Постоянство кадрового состава; - Богатый накопленный опыт (стаж руководящих работников предприятия в среднем составляет 20 лет, предприятие функционирует на рынке 10 лет); - Стабильность и надежность поставщиков; - Наличие сертифицированной системы менеджмента качества в соответствии с требованиями государственных и международных стандартов; - Наличие большого парка специализированной дорожно-строительной техники 	<p>Перспективные направления развития:</p> <p>поиск новых направлений снижения издержек производства для победы в тендерах на выполнение работ по строительству, ремонту и содержанию дорог местного значения с целью получения дополнительных источников дохода</p>	<p>Область формирования стратегических проблем:</p> <p>повышение конкурентоспособности предприятия за счет приобретение дополнительной спец. техники, использования современных технологий по ремонту автомобильных дорог (использование битума, модифицированного порошком МАК)</p>
<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - Низкий уровень нормативной оснащенности на предприятии согласно международным стандартам (всего 36%); - Низкий уровень квалификации кадров; - Низкий уровень доходности. 	<p>Область формирования стратегических проблем:</p> <p>Повышение доходности деятельности за счет снижения производственных затрат. Повышение квалификации сотрудников за счет зарубежных командировок, стажировок, обучения в ВУЗах Республики Казахстан и переподготовки на местах.</p>	<p>Стратегия, направленная на избежание угроз и минимизацию воздействия слабых сторон:</p> <p>Улучшение материально технического обеспечения за счет повышения доходов. Повышение конкурентоспособности за счет внедрения новых технологий и расширения парка дорожно-строительной техники.</p>

участвовать в конкурсах (тендерах) на осуществление строительства, ремонта и эксплуатации автомобильных дорог местного значения. Недостаточно высокий уровень оснащенности предприятия специальной техникой зачастую сказываются отрицательно на результатах проводимых тендеров. В 2008 году предприятием были отданы в субподряд работы по среднему ремонту на участках Ленинский–Аксу-Акжар-Курчатов и Павлодар - Щербакты - граница РФ, а также небольшой объем работ по озеленению. Также имело место привлечение дополнительной спецтехники предприятий Павлодарской области. На сегодняшний день нормативная оснащенность предприятия по международным требованиям составляет всего 36%. Не смотря на это ПОФ РГП «Казахавтодор» способно обеспечить содержание дорог за счет более интенсивного использования машин и оборудования в рамках государственного заказа. Однако для выполнения работ по содержанию дорог местного значения зачастую имеющейся техники не хватает. В то же время необходимо продолжать наращивать объемы в данном направлении деятельности. К тому же это является и эффективным методом в условиях кризиса и меняющейся политики государства, называемым диверсификацией производства.

Не смотря на низкий уровень нормативной оснащенности положительным моментом в деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» является использование в ходе проведения среднего ремонта при выполнении шероховатой поверхностной обработки (ШПО) собственного битумощебнераспределителя «Чипсиллер». Предприятия, имеющие в собственности чипсиллер получают дополнительные процентные скидки при участии в тендерах.

– низкий уровень квалификации кадров. В силу отсутствия на территории Павлодарской области специализированных учебных заведений, осуществляющих подготовку и переподготовку специалистов дорожно-строительной отрасли, предприятия вынуждено принимать на работу специалистов, не отвечающих требованиям и производить подготовку и переподготовку непосредственно в рабочем процессе, вследствие чего уходит не мало времени и денег на устранение ошибок.

Предприятие имеет ряд возможностей для устранения недостатков в своей деятельности:

– способность обеспечить выполнение работ на дорогах местного значения (кроме гос. заказа), однако для этого предприятию необходимо улучшить материально-техническую базу и расширить ее.

– повышение уровня квалификации сотрудников. Данные критерий влияет на размер условной скидки конкурсной заявки, предприятию с целью повышения конкурентоспособности необходимо производить подготовку и переподготовку своих специалистов. На сегодняшний день РГП «Казахавтодор» рассматривает возможность подготовки будущих специалистов за счет предприятия. Уже ведутся переговоры с Усть-Каменогорским строительно-дорожным институтом о предоставлении грантов двум студентам.

– получение доходов от предоставления дополнительных услуг – выполнение работ по асфальтированию подъездных путей к городским

объектам, однако это возможно только при условии расширения материально-технической базы.

– хотелось бы отметить, что предприятию необходимо самостоятельно производить оценку преимуществ конкурентов с целью обеспечения победы в конкурсах. Учитывая недостатки в деятельности предприятий-конкурентов филиал РГП «Казахавтодор» сможет обеспечить повышение собственной конкурентоспособности.

2.3 Анализ доходности ПОФ РГП «Казахавтодор»

Экономическая целесообразность функционирования предприятия в условиях рыночной экономики определяется получением дохода. Анализ каждого слагаемого прибыли предприятия имеет не абстрактный, а вполне конкретный характер, потому что позволяет менеджерам выбрать наиболее важные направления активизации деятельности организации.

Доходность предприятия характеризуется абсолютными и относительными показателями.

Система показателей доходности состоит, прежде всего, из абсолютных показателей, представленных в таблице 8.

Таблица 8

Абсолютные показатели доходности ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2006-2008 годы

Наименование показателя	сумма, тыс. тенге		Изменения		сумма, тыс. тенге	Изменения	
	2006г.	2007г.	в тыс. тенге	в %		2008г.	в тыс. тенге
Доход от реализации продукции и оказания услуг	366071	624782	258711	70,67	805069	180287	28,86
Себестоимость реализованной продукции (оказанных услуг)	333121	546145	213024	63,95	736356	190211	34,83
Валовая прибыль	32950	78637	45687	138,66	68713	-9924	-12,62
Прочие доходы	1668	3271	1603	96,10	116	-3155	-96,45
Прибыль (убыток) от продолжаемой деятельности	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29
Прибыль до налогообложения	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29
Чистая прибыль	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29

Данные таблицы 8 свидетельствуют о сокращении чистой прибыли предприятия к концу анализируемого периода на 66,29%, что отрицательно характеризует деятельность предприятия.

При этом следует обратить внимание на то, что доход от оказания услуг вырос на 28,86 %. Снижение чистой прибыли связано как с ростом себестоимости реализованной продукции (на 34,83%) так и увеличением ее доли в доходе от реализации в 2008 году. Если в 2007 году доля себестоимости составила 87,41%, то уже в 2008 году ее доля достигла 91,46%. Увеличение доли себестоимости в доходе от реализации произошло из-за существенного сокращения прочих доходов на 96,45%, к которым относятся доходы от сдачи

имущества в аренду, оказание дополнительных услуг по разметке и другие. Объяснением этому может служить рост объемов производства, вследствие которого у предприятия возникла потребность во всех механизмах.

Динамика показателей, влияющих на доходность ПОФ РГП «Казахавтодор» представлена на рисунке 18.

Динамика показателей дохода от реализации, себестоимости оказанных услуг и чистого дохода ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2006-2008 гг

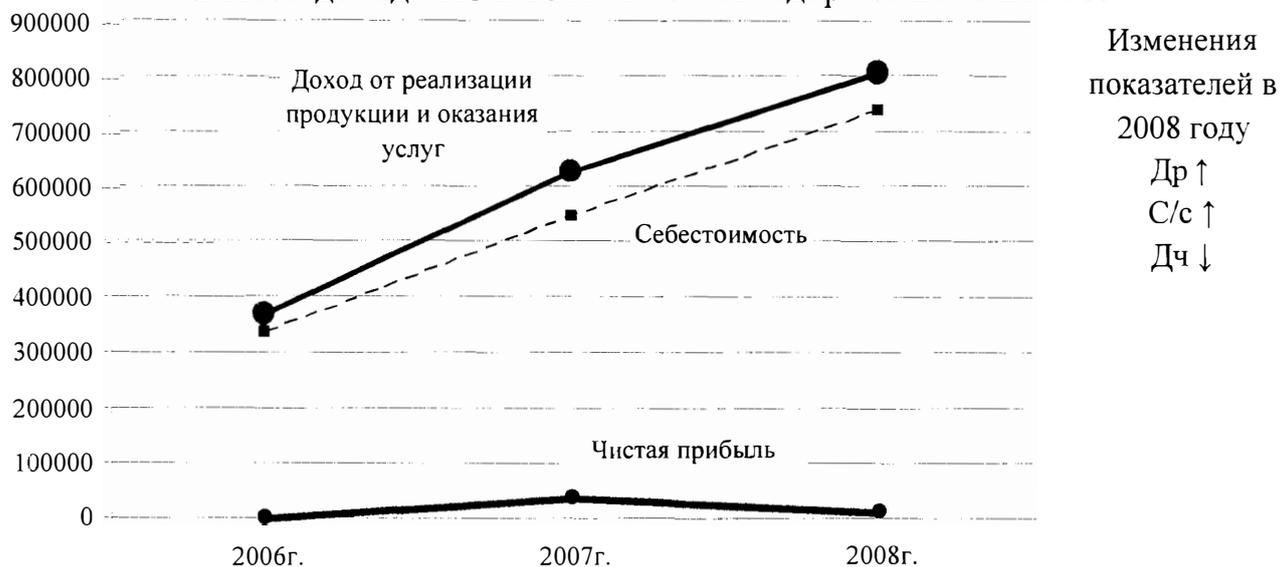


Рисунок 18

Как видно из графика в период с 2006 по 2008 год наблюдается тенденция роста дохода от реализации на 119% и себестоимости продукции на 121%. Увеличение себестоимости реализованной продукции в 2007 году связано в основном с увеличением объема работ на 70%. Рост себестоимости оказанных услуг в 2008 году обусловлен ростом цен всех видов ресурсов, используемых в деятельности филиала РГП «Казахавтодор»: так, цены на асфальтобетонную смесь увеличились на 29%, на битум – на 80%, цены на песок также увеличились на 56%.

Вследствие непропорционального роста себестоимости оказанных услуг (на 34,83%) относительно дохода от реализации, рост которого составил в 2008 году по отношению к 2007 году всего 28,86%, чистый доход предприятия сократился на 66,29% в 2008 году по отношению к 2007 году.

Значение чистой прибыли предприятия представляет наибольший интерес, т.к. именно этот показатель является характеристикой доходности деятельности. Следует более подробно рассмотреть факторы, повлиявшие на снижение чистого дохода.

Динамика чистой прибыли ПОФ РГП «Казахавтодор» наглядно представлена на рисунке 19.

Т.к. основной причиной сокращения чистой прибыли ПОФ РГП «Казахавтодор» явился непропорциональный рост себестоимости выполненных работ по отношению к доходу от реализации необходимо более подробно рассмотреть структуру себестоимости оказанных услуг с целью выявления факторов, повлиявших на ее рост в 2008 году.

Динамика чистой прибыли ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2006-2008 гг
(в тыс. тенге)

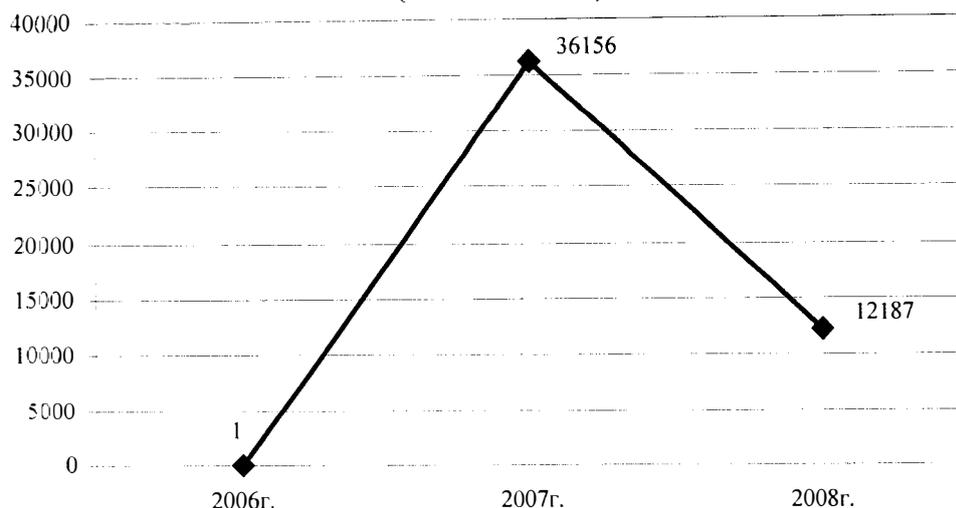


Рисунок 19

Структура себестоимости работ ПОФ РГП «Казахавтодор» по строительству и содержанию автомобильных дорог представлена в таблице 9.

Таблица 9

Динамика и структура себестоимости ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 гг

Элемент затрат	Сумма, тыс. тенге		Доля, %		Изменения стоимости 2008 к 2007 г.	
	2007 год	2008 год	2007 год	2008 год	в тыс. тенге	в %
Материалы	203651	283041	37,29	38,44	79389	38,98
Топливо	54209	85123	9,93	11,56	30914	57,03
Запасные части	8537	22091	1,56	3,00	13553	158,75
Прочие сырье и материалы	32954	8836	6,03	1,20	-24118	-73,19
Заработная плата основных производственных рабочих	178612	222969	32,70	30,28	44357	24,83
Отчисления	17936	33283	3,28	4,52	15347	85,57
Амортизация	50245	81014	9,20	11,00	30769	61,24
Итого	546145	736356	100,00	100,00	190211	34,83

Как видно из таблицы 9, структура себестоимости в 2008 году почти не изменилась, но даже небольшой рост потребления того или иного вида ресурса повлек за собой существенное воздействие на итоговую сумму затрат, т.к. произошло значительное повышение цен.

В 2008 году по прежнему в структуре себестоимости наибольшую долю занимают материалы – 38,44%, причем 88% из них составляют дорожно-строительные материалы, непосредственно необходимые при осуществлении текущего ремонта автомобильных дорог. К дорожно-строительным материалам

относятся: различные виды асфальтобетонной смеси (горячая, холодная, с применением макпорошка), битум, битумные эмульсии, мазут, отсев, песок, соль, щебень и другие. Кроме дорожно-строительных материалов в состав материалов входят также дорожные знаки, которые устанавливает филиал в ходе проведения работ по обстановке пути.

Наиболее полную характеристику доходности могут дать значения коэффициентов рентабельности, которые являются относительными величинами.

Коэффициенты рентабельности рассчитываются как отношение получаемой прибыли к затраченным средствам, либо к объему реализованной продукции.

Как было отмечено в первом разделе диссертационного исследования наиболее часто используемыми показателями оценки рентабельности являются три коэффициента: рентабельность активов, рентабельность продукции и рентабельность собственного капитала. [18, с. 71] Расчет коэффициента рентабельности собственного капитала ПОФ РГП «Казахавтодор» не имеет смысла, т.к. собственный капитал предприятия представлен только резервным капиталом и не характеризует долю собственников в капитале.

Расчет коэффициентов рентабельности для ПОФ РГП «Казахавтодор» представлен в таблице 10.

Таблица 10

Коэффициенты рентабельности ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 гг

Показатель рентабельности	Формула расчета	Источник информации	Значение коэффициента	
			2007	2008
Рентабельность активов	Чистая прибыль/Среднегодовая стоимость активов	Отчет о прибылях и убытках (стр. 170) / Баланс	0,09	0,02
Рентабельность реализации	Чистая прибыль/Доход от реализации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 170)/(стр. 010)	0,06	0,02

Динамика коэффициентов рентабельности ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 года представлена на рисунке 20.

Одним из наиболее широко применяемых показателей меры эффективности имущества (активов) предприятия является коэффициент доходности (прибыльности) активов. На анализируемом предприятии к 2008 году он сократился в 4,5 раза по сравнению с 2007 годом. Это свидетельствует об ухудшении эффективности деятельности предприятия. В 2008 году коэффициент рентабельности активов составил 0,02, это означает, что совокупные активы предприятия приносят всего 2% чистой прибыли.

Вторым важнейшим показателем оценки рентабельности предприятия является коэффициент рентабельности реализации. Коэффициент рентабельности реализации, рассчитанный по чистой прибыли, в 2008 снизился на 0,04 пункта и составил 0,02 – это означает, что каждая денежная единица реализованной продукции приносит 2% чистой прибыли. Данный показатель является наиболее значимым в части анализа финансовой информации.

Динамика коэффициентов рентабельности ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 гг

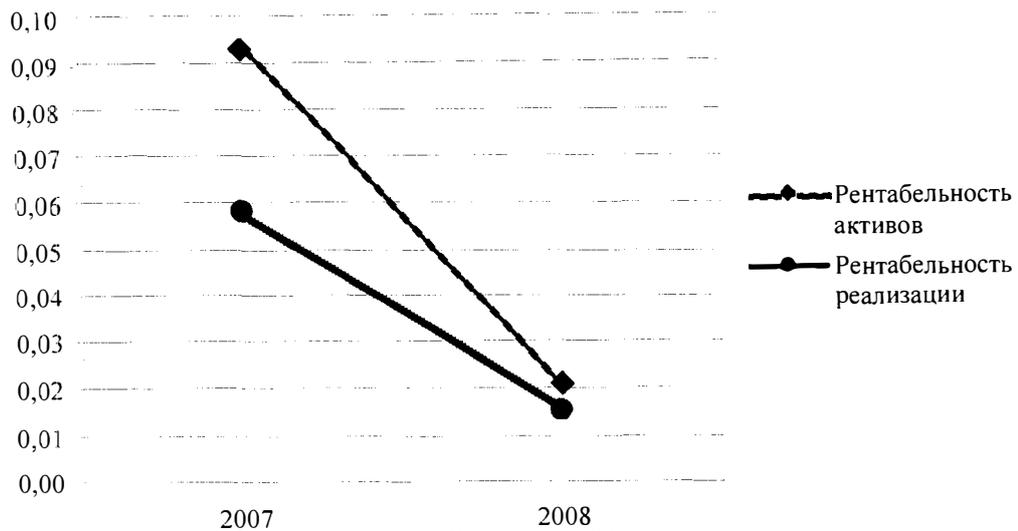


Рисунок 20

Расчет рентабельности собственного капитала для ПОФ РГП «Казахавтодор» не имеет смысла, т.к. собственный капитал на предприятии представлен только резервным фондом, а коэффициент рентабельности собственного капитала позволяет определить эффективность использования капитала, инвестированного собственниками (акционерами).

Т.к. показатели рентабельности, являются одними из наиболее важных индикаторов конкурентоспособности предприятия, целесообразным становится сравнение коэффициентов рентабельности анализируемого предприятия со значениями данных показателей, рассчитанных по другим предприятиям отрасли. В качестве субъектов для сравнения будут рассмотрены подрядные организации Павлодарской области, осуществляющие строительство, содержание и текущий ремонт автомобильных дорог, а именно ТОО «ПКФ Гордорстрой», ТОО «АЗА» и ТОО «Парус». Сравнительный анализ рентабельности будет произведен на основании данных таблицы 11.

Таблица 11

Сравнительная характеристика показателей деятельности предприятий Павлодарской области за 2008 год

Наименование показателя	Значение показателя, тыс. тенге			
	ПОФ РГП «Казахавтодор»	ТОО ПКФ «Гордорстрой»	ТОО «Парус»	ТОО «АЗА»
Активы	582498,000	226255,000	207408,000	113792,000
Обязательства	556611,000	208698,000	177983,000	85519,500
Собственный капитал	25887,000	17557,000	29425,000	28272,300
Доход от предоставления услуг (реализации)	805069,000	575591,000	426944,000	510170,000
Чистый доход	12187,000	2227,000	2334,000	7589,000
Рентабельность активов	0,020	0,010	0,011	0,067

Продолжение таблицы 11

Наименование показателя	Значение показателя, тыс. тенге			
	ПОФ РГП «Казахавтодор»	ТОО ПКФ «Гордорстрой»	ТОО «Парус»	ТОО «АЗА»
Рентабельность реализованной продукции	0,020	0,004	0,005	0,015
Рентабельность собственного капитала	0,471	0,127	0,079	0,268

Более наглядно показатели рентабельности предприятий Павлодарской области представлены на рисунке 21.

Значения показателей рентабельности предприятий Павлодарской области в 2008 году

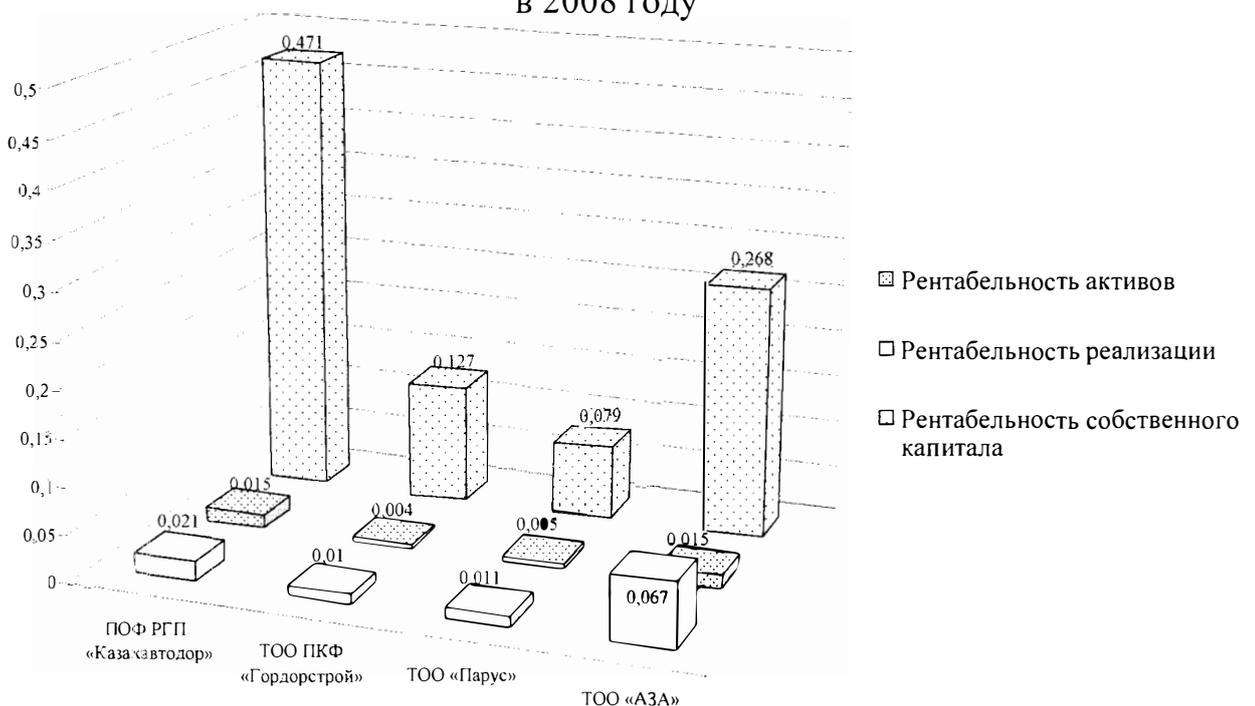


Рисунок 21

Наиболее значимым при оценке конкурентоспособности предприятий является коэффициент рентабельности активов. В 2008 году средний уровень рентабельности активов предприятий дорожно-строительной отрасли составил 2%. При этом лидером по уровню рентабельности активов (6,7%) является ТОО «АЗА». Рентабельность активов ПОФ РГП «Казахавтодор» соответствует среднеотраслевому уровню. Рентабельность организаций ТОО «ПКФ Гордорстрой» и ТОО «Парус» достаточно низка – 1-2% - ниже среднеотраслевого значения. Тем не менее однозначно сказать, что частные предприятия нерентабельны нельзя, т.к. у них существует больше возможностей для «оптимизации» финансовых потоков.

Анализ выручки предприятий дорожной отрасли Павлодарской области показал, что, несмотря на малую величину рентабельности деятельности предприятий в относительном выражении, прибыль в абсолютном выражении

находится на достаточно высоком уровне и окупает вложенные затраты. Однако проведенные исследования зарубежного опыта показывают, что доходность дорожно-строительного бизнеса может достигать 30-35%. [33]

Важным направлением анализа эффективности деятельности является оценка взаимозависимости рентабельности активов, рентабельности реализации и оборачиваемости активов. Выражение описывающее взаимосвязь данных показателей, называется формулой фирмы «DuPont», происхождение которой было рассмотрено в подразделе 1.2 (формула 5).
Рентабельность активов = $0,02 * 1,38 = 0,03$

Дробление рентабельности активов на две составляющие позволяет выявить, что является причиной недостаточно высокого уровня этого показателя: рентабельность реализации, скорость оборачиваемости или оба эти показателя.

Показатель ресурсоотдачи, учитывая, что предприятие производственное, находится на достаточном уровне, составляя 138%.

Значение чистой рентабельности продаж мы получили равной 2%, что является очень низким показателем. Поэтому необходимо направить усилия на повышение этого показателя, тем более, что для анализируемого предприятия доход от предоставления услуг является основным источником дохода, и, следовательно, чем больше будет показатель рентабельности продаж, тем больше будет доходность предприятия и вложенных в него средств.

Увеличение рентабельности реализации может быть достигнуто уменьшением расходов за счет:

- использования ресурсосберегающих технологий содержания автомобильных дорог;
- внедрение маршрутного способа проведения текущего ремонта автомобильных дорог;
- совершенствование работы с поставщиками и др.

По прогнозам аналитиков в 2009 году сократится финансирование дорожно-строительной отрасли в связи с воздействием мирового финансового кризиса и сокращением государственного бюджета. В этой связи возникает острая необходимость в поиске дополнительных источников получения доходов или снижения затрат. Предложения по снижению затрат для ПОФ РГП «Казахавтодор» будут представлены в третьем разделе диссертационного исследования.

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ ДОХОДНОСТИ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

3.1 Проблемы повышения доходности и конкурентоспособности на предприятиях дорожно-строительной отрасли и пути их решения

Любой действующий экономический механизм предприятия подразумевает достижение главных целей, основными из которых является получение прибыли и усиление конкурентоспособности.

Экономика дорог и транспорта всегда тесно взаимосвязана с общим геополитическим положением страны, с темпами и особенностями развития экономики государства. Не только внутренний, но и внешний товарооборот напрямую зависит от фактора совершенства схемы государственных автомагистральных, железнодорожных, водных и воздушных путей сообщения, и, кроме того, от степени развития транспортной отрасли в целом. Для настоящего периода развития экономики Казахстана характерно доминирующее участие автотранспорта в процессе товарооборота, тогда как остальные виды транспорта в силу различных причин играют лишь второстепенную роль. Соответственно, на сегодняшний день залогом нормального развития торгово-экономических связей в пределах страны и в международном масштабе остается функциональное состояние республиканской сети автомагистралей. Таким образом, вопрос возрождения и развития дорожно-строительной отрасли оказался стратегически важным фрагментом государственной экономической политики. Тем не менее, государственные организации, осуществляющие работы по строительству и содержанию казахстанских автодорог, постоянно ощущают на себе, что политика бюджетных ассигнований на содержание отрасли остается далекой от совершенства.

В условиях разразившегося финансового кризиса решение проблем повышения доходности государственных дорожно-строительных организаций приобретает все большую актуальность, т.к. из-за сокращения доходной части бюджета сокращается и финансирование автодорожной отрасли. По словам С.Ахметова, нужно исключить расходы, не связанные с непосредственным обеспечением эксплуатационной и операционной деятельности. «Наступило время – надо экономить», - отметил глава МТК. Он также обратил внимание, что в отрасли занято свыше 300 тысяч человек, и с учетом членов их семей, благополучие более одного миллиона человек зависит от состояния транспортной отрасли. [34]

Таким образом, существенным на сегодняшний день является, выявление проблем, связанных с потерей прибыли дорожно-строительных организаций и поиск эффективных мероприятий по их решению.

Проведенный анализ деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор» на рынке дорожно-строительных работ позволили выявить ряд проблем, непосредственно влияющих на доходность и конкурентоспособность предприятий отрасли. Дерево проблем представлено на рисунке 22.

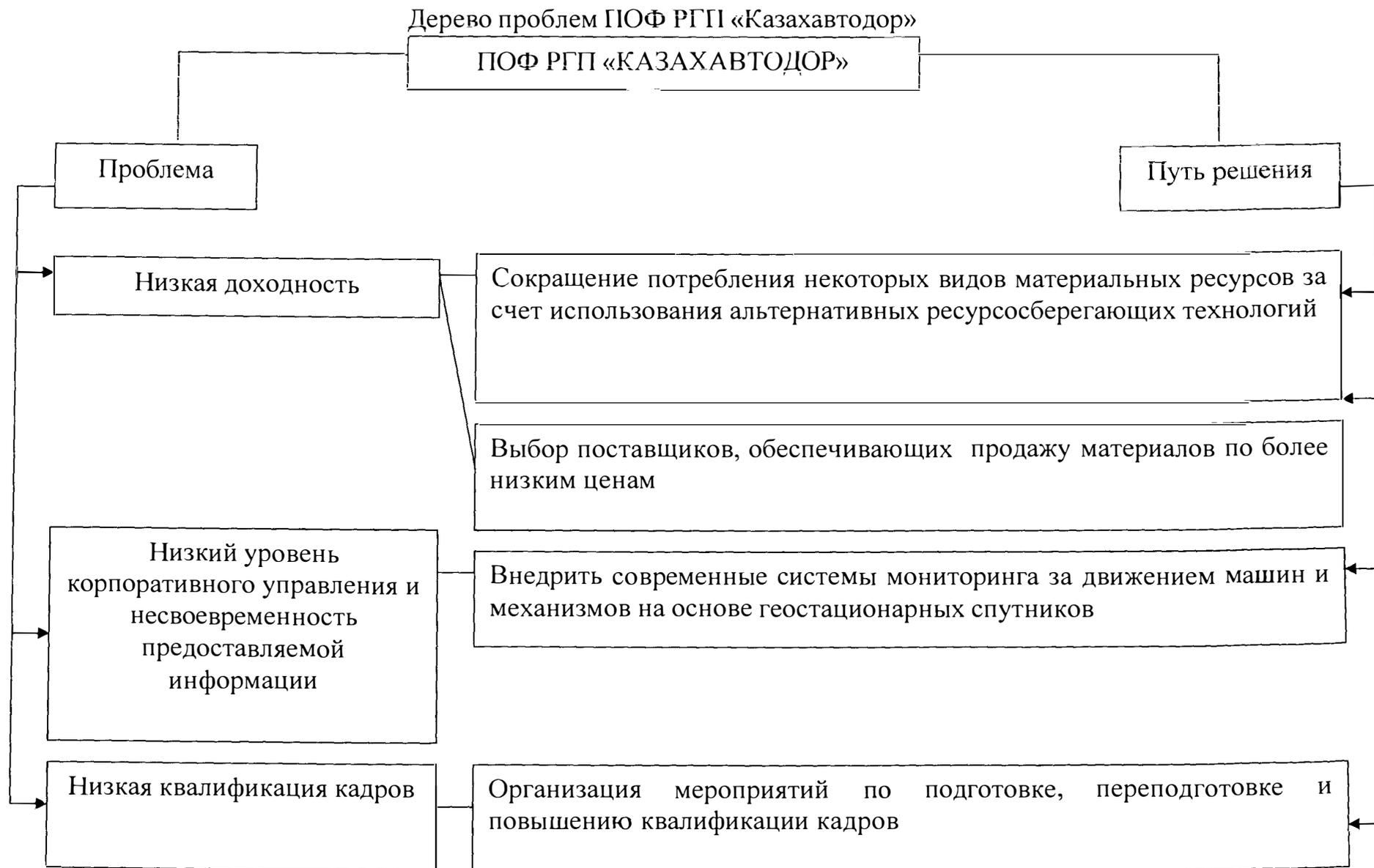


Рисунок 22

Непосредственно на доходность и конкурентоспособность предприятий дорожно-строительной отрасли, к числу которых относится и ПОФ РГП «Казахавтодор», наибольшее влияние оказывают различного рода риски:

– Низкий уровень корпоративного управления и слабая информационная прозрачность.

Низкий уровень корпоративного управления в дорожно-строительных организациях характеризуется высокой вероятностью принятия неверных решений в отношении заключения договоров с поставщиками материалов, организации повседневной работы дорожных служб, потеря времени при проведении дорог, вследствие чего возможна потеря будущих заказов и рыночной доли. Специалисты-дорожники утверждают: в этом бизнесе не так важно, сколько у тебя кранов, рабочих и машин, а важно то, какой у тебя менеджмент. В основном это бизнес инжиниринга — эффективно ли ты делаешь проекты, нанимаешь подрядчиков. [35, с. 128]

Для совершенствования методов принятия решений в дорожном строительстве требуется поиск новых подходов к планированию и организации многопроектной деятельности дорожно-строительных фирм. С учетом отраслевых особенностей дорожного строительства наиболее эффективным может стать логистический подход.

Многие вопросы логистизации различных процессов на уровне предприятия требуют дальнейшей разработки. В настоящее время недостаточно проработаны проблемы логистического подхода к организации деятельности дорожно-строительных организаций, дискуссионными остаются многие аспекты их многопроектной деятельности. К таким вопросам относятся критерии выбора проектов, их приоритетность, планирование и организация работы.

Все более актуальными становятся вопросы определения оптимального уровня загрузки производственных мощностей предприятия и использования имеющихся ресурсов всех видов. В настоящее время, на практике, все чаще возникает потребность в логистической поддержке решения этих проблем.

При рассмотрении микрологистической системы дорожно-строительной фирмы необходимо отметить, что проблема применения логистического подхода в дорожно-строительном комплексе на настоящий момент практически не изучена. Применение логистического подхода, заключается в смене приоритетов между различными видами хозяйственной деятельности в пользу усиления значимости деятельности по управлению материальными потоками.

Актуальность исследования заключается в том, что большинство дорожно-строительных компаний, заинтересованных в возможности наиболее эффективным образом выполнять поставленные перед ними задачи, не всегда осведомлены о тех рабочих инструментах, которые сегодня позволяют это делать. А компании-производители (либо представительства иностранных компаний), зачастую не имеют четкого представления о своей целевой аудитории, или вовсе не выделяют ее.

Очень важным является логистический подход к ресурсному обеспечению дорожно-транспортного комплекса, особенно в создании и функционировании автодорожной сети.

В наибольшей степени требованиям, предъявляемым к системам управления машинами и механизмами, отвечает построенная на основе геостационарных спутников специализированная система связи и контроля за движением транспортных средств ГЛОНАСС GPS GSM. В Павлодаре поставщиком системы GPS является фирма ТОО «Плюс Безопасности».

Система ГЛОНАСС GPS GSM мониторинга является средством значительного сокращения непроизводительных затрат на транспорт и повышения эффективности работы компании в целом.

Диспетчеры системы ГЛОНАСС GPS GSM слежения осуществляют контроль расхода топлива, контролируют работу транспорта. Программа диспетчера имеет больше возможностей для контроля всего парка транспорта и расхода топлива (список заправок и сливов GPS координатами).

Система обеспечивает высоконадежную и удобную двухстороннюю текстовую связь диспетчера со всеми своими водителями в любой точке и в любое время суток и постоянное наблюдение за их движением по электронной карте на экране своего компьютера.

На автомашине устанавливается малогабаритный спутниковый мобильный связной терминал (МСТ), состоящий из трех блоков: антенна, которая крепится на крыше машины, связной блок и пульт водителя (существует модификация из двух блоков: антенно-связной блок и пульт водителя). Рабочее же место диспетчера представляет собой стандартный персональный компьютер. Компьютер диспетчерского пункта подключается к системе ГЛОНАСС GPS GSM по любому телефонному каналу. Возможна связь по сети Интернет при необходимости может быть использован и спутниковый канал для связи диспетчерского пункта с центром системы.

Система имеет ряд очень ценных характеристик:

- высочайшая надежность доставки сообщений. Дорожная техника в отличие от других транспортных средств периодически могут оказываться в зоне, где нет связи. Чтобы обеспечить надежную доставку передаваемых в такие моменты сообщений система получает от машины подтверждение о доставке и, в случае неполучения такого подтверждения, автоматически, без вмешательства оператора повторяет сообщение. Как только машина окажется в зоне связи, ей сразу же будет передано сообщение, а диспетчер получит подтверждение о том, что сообщение доставлено, с точным указанием - в какое время и в какой точке. Однако водитель может не сразу прочесть сообщение. Поэтому, когда водитель прочитывает сообщение, диспетчер получает второе подтверждение так же с информацией о времени и месте прочтения.

Повторение сообщений при нахождении машины вне зоны связи система может производить по желанию диспетчера до 35 минут, либо до 18,5 часов.

Если за это время машина не появится в зоне связи, диспетчер получит извещение, что сообщение не вручено. Таким образом, диспетчер всегда точно знает, когда и где сообщение доставлено, когда и где прочтено. Нужно отметить, что и водитель всегда знает, когда он находится вне зоны связи - в этот период на его пульте горит красная лампочка. Он может принять соответствующие меры (выехать на открытое место);

Таким образом, с учетом затрат на внедрение системы ГЛОНАСС GPS GSM в деятельность ПОФ РГП «Казахавтодор» можно рассчитать экономический эффект. Специалисты ТОО «Полюс Безопасности» утверждают, что внедрение системы ГЛОНАСС GPS GSM позволяет экономить на трудовых ресурсах до 30%. В качестве основного критерия для дальнейших расчетов будет использован коэффициент использования рабочего времени, т.к. труд основных дорожных рабочих полностью автоматизирован, а внедрение систем мониторинга позволит более эффективно управлять движением автодорожных машин и повысить эффективность контроля за движением машин.

На данный момент коэффициент использования рабочего времени в ПОФ РГП «Казахавтодор» составляет 0,72. Предполагается, что за счет внедрения системы мониторинга за движением машин и механизмов коэффициент использования рабочего времени увеличится до 0,8.

Расчет экономического эффекта от внедрения системы ГЛОНАСС GPS GSM в деятельность ПОФ РГП «Казахавтодор» произведен в таблице 13.

Таблица 13

Расчет экономического эффекта от внедрения системы ГЛОНАСС GPS GSM в деятельность ПОФ РГП «Казахавтодор»

Наименование показателя	Значение	
	до внедрения системы ГЛОНАСС GPS GSM	после внедрения системы ГЛОНАСС GPS GSM
Коэффициент использования рабочего времени	0,72	0,80
Доход от реализации, тыс. тенге	805069,00	894521,00
Себестоимость произведенных работ	736356,00	804503,00
Валовая прибыль, тыс. тенге	68713,00	90018,02,00
Прочие доходы, тыс. тенге (const)	116,00	116,00
Административные расходы, тыс. тенге (const)	54971,00	57730,00
Прочие расходы, тыс. тенге (const)	1671,00	1671,00
Чистая прибыль, тыс. тенге	12187,00	30733,02

Таким образом, результаты расчетов показали, что прирост прибыли, при прочих равных условиях, составит 152,18%

– зависимость финансовых результатов компаний от текущих контрактов, которые в свою очередь во многом зависят от фазы роста экономики и финансового благополучия государства.

На сегодняшний день экономика Казахстана переживает нелегкие времена. Мировой финансовый кризис коснулся предприятий всех сфер деятельности не зависимо от форм собственности. Наблюдается сокращение финансирования дорожно-строительных программ. Еще в ноябре 2008 года на пленарном заседании сената парламента министр экономики и бюджетного планирования РК Бахыт Султанов заявил о сокращении республиканского бюджета на 2009

год на 301 млрд. тенге. [37, 3] 4 февраля 2009 года премьер-министр Казахстана Карим Масимов поручил членам правительства внести коррективы в параметры республиканского бюджета и прогноз макроэкономических показателей этого года с учетом произведенной в этот день 17%-ной девальвации тенге. В прошлом 2008 году Казахстан впервые в своей истории принял трехлетний республиканский бюджет, рассчитанный на 2009—2011 годы.

После принятия трехлетнего республиканского бюджета премьер уже неоднократно давал понять, что его параметры будут пересмотрены в условиях углубляющегося в мире финансового кризиса, который оказывает существенное влияние и на экономику Казахстана.

Сокращение доходов республиканского бюджета повлекло за собой приостановление некоторых социальных программ, в частности практически в два раза сокращаются расходы на дорожное и капитальное строительство. В области дорожного строительства продолжится работа по строительству платных (концессионных) дорог, где возможно привлечение инвесторов, где республика может получить дополнительные поступления в бюджет региона.[38]

Ухудшения ситуации в отрасли вследствие кризиса, по словам главы Минтранскома, следует ожидать к осени 2009 года. Для осуществления антикризисных мер министр считает необходимым «всем субъектам отрасли пересмотреть программы развития и объявить мораторий на расходы и инвестиции вне основной деятельности». Необходима разработка малозатратных и высокоприбыльных мероприятий по выводу предприятий из кризисного состояния. Практически на каждом предприятии имеются резервы для снижения затрат до рационального уровня, что позволяет добиться повышения экономической эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности. Для усиления конкурентоспособности предприятий необходимо либо снижать себестоимость работ, либо объективно доказывать обоснованность затрат заказчику; [39]

– не всегда своевременное осуществление финансирования проектов, где основным заказчиком дорожно-строительных компаний является государство.

Нарушение сроков финансирования работ негативно сказывается на деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор». Деятельность предприятия напрямую связана с деятельностью других хозяйствований Павлодарской области, поэтому особенности их деятельности сказываются на деятельности дорожно-строительных фирм. К примеру, АО «Павлодарский нефтехимический завод» в зимний период времени не производит битум. ПОФ РГП «Казахавтодор» в связи с этим вынужден делать значительные запасы данного вида ресурсов на зиму, т.к. конкурс на дорожно-строительные работы производится только в январе-феврале месяце, а приступать к работам нужно уже в апреле. Работу по производству битума АО «ПНХЗ» начинает только в мае. Поэтому последствиями несвоевременного финансирования работ для ПОФ РГП «Казахавтодор» могут стать нарушения сроков выполнения заказа (т.к. деятельность предприятия носит сезонный характер), а следовательно привести к потере конкурентных позиций;

– снижение доходности деятельности.

Проведенный анализ доходности ПОФ РГП «Казахавтодор» позволил сделать следующие выводы: в 2008 году наблюдается снижение относительных показателей доходности. Не смотря на рост показателей доходности в абсолютном выражении наблюдается снижение показателя чистой прибыли на 66,29%. Причинами неблагоприятной динамики послужили: всеобщий рост цен на материалы, используемые в деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор», снижение финансовой устойчивости поставщиков и заказчиков, вследствие чего произошел рост дебиторской и кредиторской задолженности и т.д.

По прогнозам аналитиков в 2009 году сократится финансирование дорожно-строительной отрасли в связи с воздействием мирового финансового кризиса и сокращением государственного бюджета. В этой связи возникает острая необходимость в поиске дополнительных источников получения доходов или снижения затрат. В качестве мер по снижению затрат ПОФ РГП «Казахавтодор» в работе будет произведен расчет эффективности использования метода борьбы с зимней скользкостью на автодорогах Павлодарской области, основанный на применении солевых растворов;

– сезонный характер работы.

Сезонный характер деятельности предприятий дорожно-строительной сферы осложняет процессы планирования и организации работы. К примеру, существующие нормативы по зимнему содержанию автомобильных дорог предусматривают восемь дней с оттепелью, дождями и снегопадами в зимний период времени. Однако на практике это не всегда так. Для примера можно привести зиму 2005-2006 года, когда из-за молоснежья объем работ был ничтожно мал и филиалу РГП «Казахавтодор» не на что было содержать даже штатные производственные базы и пункты обогрева, а механизаторы были в вынужденных отпусках. При этом отсутствие оборотных средств не позволяло предприятию проводить ремонт техники и заготовку материалов к летнему сезону. Парадокс в том, что при обильных снегопадах не хватает мощностей филиала РГП «Казахавтодор» для своевременной очистки от снега дорог из-за недостатка техники, т.е. при нынешнем состоянии для предприятия: «мало снега плохо, много снега тоже нехорошо». [40, с. 37] В летние периоды проблема существенно обостряется, т.к. для выполнения работ в установленные сроки предприятию требуется намного больше рабочих и техники, чем в зимние периоды времени. Филиалу РГП «Казахавтодор» приходится увеличивать нагрузку как на технику за счет ее более интенсивного использования, так и на рабочих, оплачивая сверхурочные в двукратном размере. Однако другого выхода на сегодняшний день нет, иначе станет неизбежным увольнение сокращение штата в зимние периоды, а отсюда и отток специалистов;

– низкая квалификация кадров.

В последние годы в Казахстане наблюдается повышенный интерес к строительству платных автомагистралей как к перспективному объекту инвестирования и дополнительному источнику доходов для возрождения автодорожной отрасли. Однако большинство отечественных дорожно-строительных предприятий не отвечает элементарным требованиям,

необходимым для обеспечения выполнения качественных работ по строительству и обслуживанию платных автодорог. К таким требованиям относится и квалификация кадров. Кадровая политика всегда играет главенствующую роль во всех сферах производственной деятельности страны. Особенно она приобретает значимую остроту в дорожной отрасли.[41, с. 44] По словам Министра транспорта и коммуникаций компания, имеющая проблемы, в частности с кадрами, в генподрядчики не попадет. [39] На сегодняшний день возникла существенная необходимость в подготовке и переподготовке инженеров по эксплуатации дорог, умеющих на практике грамотно и эффективно использовать приданную штатную технику, применять принципы и методы организации работ и управления качеством ремонта и содержания дорог, пользоваться геодезическими и измерительными приборами.[41, с. 45]

В Казахстане действуют четыре региональных центра по переподготовке кадров, в которых ежегодно получают подготовку около двух тысяч человек. К тому же есть договоренность с руководителями технических университетов Кельна о том, что казахстанских дорожников будут обучать специалисты из Германии. Это поможет разрешить кадровый дефицит. Средний возраст работающих в автодорожной отрасли сегодня — 40 лет. В последние годы сложно восполнять кадровый потенциал. В отрасли довольно велик показатель естественного оттока специалистов (неконкурентоспособный уровень заработной платы, непростые условия труда, нерешенные социальные проблемы), в то же время мало приходит квалифицированной молодежи. К тому же чтобы стать настоящим умелым специалистом, нужно пройти школу низовой работы: ремонтником дороги (дорожным рабочим), наладчиком дорожных машин, дежурным по цехам, мастером, инженером и т.д. Такая деятельность помогает постичь азы науки управления и принципы организации производства. Но такая перспектива привлекает не многих. Известны случаи, когда руководителями структурных подразделений становятся люди, не имеющие специального технического образования в данной отрасли. [30, с. 609] Потребность в специалистах напрямую зависит от предполагаемого роста объемов дорожно-строительных работ, уровня заработной платы и финансирования автодорожной отрасли. [39] Отсюда можно выделить следующую проблему: недостаток финансирования отрасли.

Проблемой на сегодняшний день остается и несовершенство подрядного метода обслуживания сети дорог. Уже несколько лет обсуждается вопрос о переходе эксплуатационного обслуживания сети дорог с подрядного метода на линейно-эксплуатационный метод текущего ремонта и содержания дорог, существовавший в прежние времена. Применение подрядного метода порождает бесхозяйственность и снимает ответственность с РГП «Казахавтодор» за состояние дорожного комплекса в целом, они отвечают только за выполненные работы на конкретных участках дорог. И при этом подрядчик почти всегда стремится выполнить более «дорогую» работу, оставляя на потом «дешевые» работы, несмотря на их первоочередность для обеспечения безопасного движения. К тому же подрядный метод работ при эксплуатационном обслуживании дорог приводит к фактически нищенскому существованию РГП «Казахавтодор» - это отток квалифицированных кадров и

отсутствие обновления парка машин и механизмов, что подразумевает низкий уровень организации производства работ (технология, техника, материалы, качество) с применением морально и физически устаревшей техники. [40, с. 37]

Решение данной проблемы может служить переход от эксплуатационного обслуживания сети дорог с тендерного метода на линейно-эксплуатационный. Содержание, текущий ремонт дорог не должны входить в разряд конкурсных торгов, а подлежать распределению как госзаказ, тем более что дороги общего пользования находятся в государственной собственности, а поэтому за техническое состояние несут ответственность государственные органы. [30, с. 611] Однако здесь также могут возникнуть проблемы:

- если все дороги распределить между предприятиями дорожно-строительной отрасли, то может оказаться так, что участок дороги, вверенный тому или иному предприятию, может оказаться в десятках километров от места нахождения ответственного предприятия;

- выполняя работу на одном участке дорог из года в год позволит повысить качество этих дорог, однако снизит последующие доходы для предприятия, ответственного за данный участок, т.к. не даст ему возможности увеличивать объемы работ.

Существенной проблемой при использовании подрядного метода обслуживания автомобильных дорог остаются нарушения правил допуска к конкурсной игре генерального подрядчика, у которого не имеется наличие материально-технической базы, квалифицированных кадров. Случайный генподрядчик передается в субподряд излишнее количество установленной нормы объема дорожных работ. Однако и здесь имеется объяснение. Ни одно предприятие Казахстана, и Павлодарской области в частности не в состоянии прогнозировать погодные условия. При участии в тендерах на содержание, текущий ремонт, озеленение автомобильных дорог в расчет применяется вся материально-техническая база. Но если летний период времени характеризуется обильными проливными дождями на протяжении длительного периода времени, а зимнее время – снегопадами и гололедами, то предприятие вынуждено передавать работы в субподряд или вообще не выполнять заказ. Таковы естественно-географические условия Республики Казахстан, характеризующиеся резко-континентальным климатом.

Сегодня необходимо государственное решение проблемы не только за счет восполнения парка снегоочистительной техники РГП «Казахавтодор», но и решение вопросов эффективной защиты дорог от снежных заносов посредством следующих мер:

- устройство на особо снегозаносимых участках дорог высоких снегозадерживающих железобетонных заборов, например, по аналогии с щитами вдоль железных дорог;

- закладка новых и реконструкция существующих снегозащитных лесополос и надлежащему уходу за ними.

Однако фактическое финансирование текущего ремонта, содержания и озеленения сети дорог производится по принципу «от достигнутого». Так годовая норма затрат по ПОФ РГП «Казахавтодор» на 2008 год была

установлена на уровне 788 637,453 тенге, что всего на 10,5% выше уровня 2007 года, а с учетом инфляционных процессов это на четверть меньше средств, чем в предыдущем году.

Поэтому необходимым условием предупреждения разрушений конструктивных элементов дороги, продления их сроков службы и развития придорожных лесополос является достаточное в соответствии с утвержденными нормами финансирование работ по текущему ремонту, содержанию и озеленению дорог.

Практически на каждом предприятии имеются резервы для снижения затрат до рационального уровня, что позволяет добиться повышения экономической эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности. Для усиления конкурентоспособности предприятий необходимо либо снижать себестоимость работ, либо объективно доказывать обоснованность затрат заказчику. Поэтому дальнейшее исследование темы будет направлено на разработку малозатратных мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной сферы.

3.2 Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности

В теории экономики существует несколько способов повышения доходности и конкурентоспособности бизнеса, основные из которых были рассмотрены в теоретической части диссертации.

Исследование современных теорий доходности и конкурентоспособности, а также анализ деятельности дорожно-строительных предприятий Павлодарской области позволили разработать механизмы повышения доходности и конкурентоспособности для ПОФ РГП «Казахавтодор» (Рисунок 23).

Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности
ПОФ РГП «Казахавтодор»



Рисунок 23

Наиболее эффективными методами повышения доходности является снижение затрат.

В традиционном представлении важнейшими путями снижения затрат является экономия всех видов ресурсов потребляемых в производстве

Рассмотрим более подробно каждый из перечисленных механизмов повышения доходности.

3.2.1 Расчет экономической эффективности от внедрения химического метода борьбы с зимней скользкостью

Осенне-зимний период является наиболее ответственным в работе дорожно-эксплуатационных организаций. Сложные условия эксплуатации дорог (внезапные гололеды и снежные заносы, короткий световой день, тяжелые условия труда) затрудняют осуществление комплекса работ по содержанию автомобильных дорог в зимний период, и требует больших затрат на проведение работ по содержанию. Между тем, от эффективности работы дорожной службы зависит транспортно-эксплуатационное состояние дорог, а следовательно, своевременность доставки различных грузов и качество обслуживания пассажиров.

Основными природными факторами, определяющими особенности зимнего содержания автомобильных дорог, являются: низкие температуры, наличие снежных осадков и зимней скользкости. Зимняя скользкость включает в себя все виды снежно-ледовых образований на поверхности дороги, приводящие к снижению коэффициента сцепления колеса с покрытием, что приводит к большому увеличению длины тормозного пути. На обледенелом покрытии качение колес легко переходит в скольжение. Вероятность ДТП становится особенно большой на участках возможного действия поперечной силы (особенно на кривых) и в период торможения автомобиля.

Ликвидация гололеда на дороге становится задачей технико-экономической. Время ликвидации крайне ограничено и строго регламентируется. Например, считается, что целесообразный срок ликвидации гололеда и удаление снега при интенсивности движения автомобилей пять тысяч автомобилей в сутки не должен превышать один час.

Существующее состояние зимнего содержания дорог свидетельствует о том, что требуемый уровень этих работ дорожно-эксплуатационными организациями пока не достигнут: имеют еще место случаи перебоев движения из-за снежных заносов и дорожно-транспортных происшествий, вызываемых зимней скользкостью дорог.

Организационно-технические мероприятия по зимнему содержанию дорог преследуют цель обеспечения бесперебойного и безопасного движения автомобилей с заданными скоростями и нагрузками. [43]

Все мероприятия по борьбе с зимней скользкостью можно разделить на три группы по целевой направленности:

- мероприятия, направленные на снижение отрицательного воздействия образовавшейся зимней скользкости (повышение коэффициента сцепления путем россыпи фрикционных материалов);
- мероприятия, направленные на скорейшее удаление с покрытия ледяного и снежного покровов с применением различных методов;

– мероприятия, направленные на предотвращение образования снежного слоя или ослабления его сцепления с покрытием.

В практике зимнего содержания дорог для борьбы с зимней скользкостью применяют фрикционный, химический, физико-химический и другие комбинированные методы.

На рассматриваемом предприятии для борьбы с зимней скользкостью в настоящее время используют фракционный и химический метод. Суть фракционного метода состоит в том, что по поверхности ледяного или снежно-ледяного слоя рассыпают песок, мелкий гравий, отходы дробления, золу или шлак. Преимущество данного метода в простоте, однако, у него много недостатков. Рассыпанный абразивный материал повышает коэффициент сцепления до 0,3, но задерживается не более 0,5 часов, сносится завихрениями после прохода автомобилей, разбрасывается колесами, сдувается ветром. Для восстановления сцепных свойств требуются частые посыпки и большое количество пескораспределителей.

Предлагается внедрить метод борьбы с зимней скользкостью основанный на применении солевых растворов. Дальнейшие расчеты будут произведены на основе нормативных документов по зимнему содержанию автодорог, а в качестве основы будут использованы Методические рекомендации по разработке организационно-технических мероприятий для составления планов содержания автомобильных дорог, разработанных на предприятии.

В таблице рассмотрены варианты обработки дороги противогололедными материалами.

Стоимость складов не учитывается, она не будет влиять на сравнение вариантов так как использован метод доставки материалов Франко-трасса. Франко-трасса - условия договоров купли-продажи, согласно которым продавец обязан за свой счет и риск доставить проданный товар в обусловленное договором место (участок дороги). При этом все расходы до момента передачи товара покупателю, включая страхование несет продавец.

Расчет стоимости противогололедных материалов производится по сметным калькуляциям стоимости материалов.

В таблице 14 приведены данные о нормативных значениях по зимнему содержанию дорог по Павлодарской области.

Дороги очередности А – участки автомобильных дорог на подъездах к городам, аэропортам, вокзалам, дороги, по которым осуществляются перевозки, обеспечивающие продовольственное снабжение населения.

Дороги очередности Б – участки международных и республиканских дорог.

Дороги очередности В – все остальные дороги, обслуживаемые ДЭУ.

Сравнение вариантов будет произведено по стоимости использованных материалов, которые рассчитываются по формуле 8.

$$S_m = Q * P, \quad (8)$$

где:

Q – потребное количество противогололедного материала, т;

P – цена, тг.

Таблица 14

Нормативные значения для расчета потребного количества противогололедных материалов для зимнего содержания автодорог по Павлодарской области.

№	Наименование показателя	Значение
1	Протяженность участка в зависимости от очередности снегоочистки, км:	150,00
	А	42,60
	Б	1097,40
	В	
2	Ширина проезжей части дорог в зависимости от очередности снегоочистки, м:	
	А	8,00
	Б	7,00
	В	7,00
3	Количество дней с оттепелью, снегопадами и дождями	8,00
4	Коэффициент естественных потерь	1,02

Потребное количество противогололедных материалов Q рассчитывается по формуле 9.

$$Q = L * a * g * n * K, \quad (9)$$

где:

Q – количество противогололедного материала, т;

L – длина обрабатываемых участков дорог, п.м.;

a – ширина проезжей части дороги, м;

g – норма распределения, т/1000 м², м³/1000 м²;

n – количество обработок за зиму, шт;

K – коэффициент естественных потерь; в среднем равен 1,02.

Расчет потребного количества и стоимости противогололедных материалов для зимнего содержания автодорог Павлодарской области произведено в таблице 15

На сегодняшний день самым эффективным методом борьбы с зимней скользкостью на автодорогах Павлодарской области является химический метод, основанный на использовании технической соли, однако проведенные расчеты показывают, что более выгодным с экономической точки зрения является использование солевых растворов. Экономия затрат при использовании солевых растворов в сравнении с методом, основанным на использовании гранулированной соли составит 268%, а в сравнении с затратами при использовании фракционного метода – 272%. Следует отметить, что не смотря на высокий экономический эффект существуют температурные ограничения для использования природных рассолов - невозможность использования солевых растворов при температуре ниже -15⁰С. Применение солевых растворов является наиболее эффективным при борьбе со скользкостью в весенние оттепели.

Таблица 15

Расчет стоимости потребного количества противогололедных материалов для зимнего содержания автодорог Павлодарской области

Наименование показателя	Ед. измер.	Условное обозначение	Химический метод (соль техническая)	Фракционный метод	Химический метод (природные рассолы)
Длина обрабатываемых участков дорог, в т.ч.			1290	1290	1290
А	п.м.	L			
Б			150	150	150
В			42,6	42,6	42,6
			1097,4	1097,4	1097,4
Ширина проезжей части дороги					
А	м	а	8	8	8
Б			7	7	7
В			7	7	7
Норма распределения противогололедного материала	т/1000 м ²	g	0,03	0,2	0,2 в т.ч. вода 0,2 соль 0,04
Количество обработок за зиму	шт	n	8	8	8
Коэффициент естественных потерь	дол. ед.	K	1,02	1,02	1,02
Количество противогололедного материала	т	Q	2247,26	14981,8	14981,8
Цена	Ц	тг/т	5309	805	вода 20,9 соль 5309
Стоимость противогололедных материалов	S _м	тг	11 930 725	12 060 317	3 243 851

Кроме существенной экономии использование метода, основанного на применении солевых растворов позволяет обеспечивать покрытие большего объема дороги.

3.2.2 Выбор поставщиков обеспечивающих продажу материалов по более низким ценам

Материальные затраты в текущем ремонте и содержании автомобильных дорог занимают большой удельный вес (38%) в структуре себестоимости выполненных работ, поэтому даже незначительное сбережение сырья, материалов, топлива и энергии при выполнении отдельных видов работ в целом по предприятию дает крупный эффект.

Предприятие имеет возможность влиять на величину затрат материальных ресурсов начиная с их заготовки. Сырье и материалы входят в себестоимость по цене их приобретения с учетом расходов на перевозку. Важно обеспечить поступление материалов от таких поставщиков, которые находятся на небольшом расстоянии от предприятия, а также перевозить грузы дешевым видом транспорта.

3.2.3 Использование современных методов и средств ямочного ремонта дорожных покрытий

Автомобильная дорога, как любое другое инженерное сооружение, рассчитана на определенный срок службы, в течение которого она подвергается различного рода и количества воздействиям транспорта и погодно-климатических факторов (влаги, температура). Самым первым и наиболее незащищенным ее элементом, испытывающим такие воздействия, является асфальтобетонное (в большинстве своем) покрытие.

В результате многих сотен и тысяч нагружений, а порой и перегрузок покрытия, износа и старения его материалов, а иногда и не очень высокого изначального их качества или неполноценного и неравномерного выполнения отдельных дорожно-строительных операций, особенно уплотнения, на нем с течением времени возникают всевозможные хорошо известные дорожникам и автомобилистам дефекты, деформации и разрушения (шелушения, выкрашивания, неровности, трещины, сколы, выбоины, ямы, скользкость). [44]

При анализе затрат по видам работ следует учитывать весь расчетный период работы дорог, так как затраты в группах взаимоувязаны. Например, применение при строительстве более прочных и дорогих материалов для покрытия удорожает строительство, но уменьшает затраты на ремонт на весь срок службы дороги; несвоевременное проведение «ямочного» ремонта покрытия увеличивает объем ремонтных работ и соответственно затраты на ремонт и сокращает межремонтный период.

Дорожные службы всего мира ежегодно выполняют значительные объемы работ по ликвидации появившихся дефектов и разрушений. Практикой установлено, что поверхность покрытия, нуждающаяся в локальном текущем ремонте, ежегодно может составлять до 2–3% от общей площади покрытия дороги или ее участка. Когда серьезные повреждения и дефекты достигают 12–15%, общепринято ставить на ремонт все 100% этой площади.

Подобное систематическое «лечение» дорожного покрытия осуществляется различными методами, средствами и материалами, в совокупности определяющими качество, срок службы и стоимость, т. е. эффективность таких ремонтных работ. Главная цель этих работ – обеспечить на эксплуатируемой дороге безопасное движение автомобильного транспорта со скоростью, разрешенной «Правилами дорожного движения».

Как правило, ремонтные работы на покрытии в Казахстане планируются и выполняются чаще всего весной с наступлением устойчивой теплой (не ниже +5°C) и сухой погоды, хотя порой может возникать потребность в проведении и срочного внепланового или аварийного ремонта практически в любое время года и при любых погодных условиях.

При текущем ремонте покрытий, по мере надобности, выполняют, во-первых, ямочный ремонт (ликвидация ям, выбоин, сколов), во-вторых, заделку трещин и, в-третьих, поверхностную обработку или укладку тонких верхних слоев покрытия (ШПО). [45]

Выбор технологического метода ямочного ремонта должен отвечать следующим требованиям или критериям:

– высокое качество заделки дефекта, соответствующее показателям плотности, прочности, ровности и шероховатости основной части покрытия;

- продолжительный срок службы отремонтированного места;
- наличие или доступность требуемых материалов, машин и установок для выполнения ремонта по выбранному методу;
- сложность или простота реализации намеченного метода ремонта в различных погодных условиях;
- оперативность открытия движения транспорта по месту ремонта;
- низкая стоимость или высокая экономичность ремонтных работ.

В Казахстане, как и во многих других странах, на большей части дорог (до 95–96%) с усовершенствованным типом покрытий уложен асфальтобетон. Поэтому вполне оправданно, что основное количество и наибольшее разнообразие ремонтных материалов, машин, технологий и новых разработок относится именно к асфальтобетонным покрытиям.

Самым доступным и наиболее распространенным ямочным ремонтом такого типа покрытий является метод заделки ям, выбоин и других дефектов горячей асфальтобетонной смесью соответствующего состава. Объясняется это широкой сетью имеющихся у дорожников АБЗ (асфальто-бетонных заводов), доступностью и наличием всех традиционных исходных материалов (щебень, песок, минеральный порошок, битум) для приготовления горячей смеси и накопленным опытом выполнения асфальтобетонных работ. [46]

Другой причиной приверженности казахстанских дорожников горячим смесям является слабое и пока медленное освоение альтернативных методов ямочного ремонта, особенно с использованием битумных эмульсий.

Наблюдающиеся порой низкое качество и малые сроки службы заделанных горячей смесью дефектных мест связаны, как показывает практика, прежде всего с плохой подготовкой таких мест к ремонту, доставкой горячей смеси в непригодных для сохранения тепла транспортных средствах (часто имеет место чрезмерное остывание смеси к моменту ее использования), низким качеством уплотнения смеси (в лучшем случае коэффициент уплотнения составляет 0,95–0,96) и другими элементарными нарушениями правил, требований и технологий ведения ремонтных работ (укладка смеси на мокрую поверхность, в воду, на снег, без подгрунтовки и т. п.).

При использовании горячей технологии качество заделки ремонтных мест на покрытии сильно подвержено помимо всего прочего влиянию погодных условий. В меньшей степени такое влияние сказывается при применении холодных битумосодержащих смесей и материалов на основе жидких или разжиженных битумов и битумных эмульсий. В этом случае ремонт можно вести не только по сырой поверхности покрытия, но и при небольших отрицательных температурах воздуха (до $-5...-10^{\circ}\text{C}$), хотя с точки зрения качества работ предпочтительнее положительные температуры.

Следует отметить, что эта вторая группа технологических методов ремонта получила достаточно широкое распространение и популярность во многих странах за свою простоту и меньшую строгость правил и требований, в первую очередь, к погодным условиям, за более продолжительный сезон использования и высокую экономичность. ●особенно эффективна, хорошо

отработана и освоена эмульсионная технология ямочного ремонта покрытий. [47]

При выборе между горячей и холодной технологиями ремонта асфальтобетонных покрытий следует обязательно учитывать, что прочность и водостойкость холодного асфальтобетона, приготовленного на жидком или разжиженном битуме, в два-три раза ниже, чем горячего. Поэтому его используют, в основном, для устройства и ремонта покрытий дорог III–IV категорий. Холодные смеси на эмульсиях, полученных из высокосортных битумов или полимербитумов, хорошо себя показали на ямочном ремонте покрытий всех категорий дорог. Горячие асфальтобетонные смеси и битой асфальт применяют, как правило, преимущественно при ремонте покрытий дорог I–II категорий.

К третьей группе методов ямочного ремонта покрытий можно отнести ремонт нетрадиционными и не очень распространенными в дорожной отрасли специальными материалами и смесями на основе специальных битумных, полимерных, полимербитумных, цементных и других вяжущих, которые не столь широко применяются, как обычные горячие и холодные битумосодержащие материалы и смеси, и которые используются лишь в некоторых особых случаях, например, при аварийном ремонте, заделке дефектов на цементобетонных покрытиях, на покрытиях мостов и т. п. [47]

Выбор того или иного метода ямочного ремонта покрытий автомобильных дорог и мостовых сооружений является правом и обязанностью заказчика и подрядчика работ. Однако при этом не следует игнорировать имеющиеся требования, рекомендации и результаты новых разработок и практического опыта.

В тех случаях, когда АБЗ не работает (поздняя осень, зима и ранняя весна) или когда дальность перевозки смеси с АБЗ слишком велика, рекомендуется использовать технологию рециклинга – вторичной переработки асфальтобетонного материала в виде кусков, лома или продуктов фрезерования (крошка) путем его разогрева и тщательного перемешивания на месте ремонта в специальной прицепной или самоходной машине – рециклере. [48]

Перемешивание загружаемых материалов происходит гравитационным способом в цилиндрическом барабане, оборудованном лопастями и обогреваемом специальной горелкой. Вес одного замеса (емкость барабана-мешалки) в зависимости от типа и размеров рециклера может составлять от 200–300 до 1600 кг. Время приготовления одного замеса после загрузки материала и разогрева барабана до требуемой температуры составляет 10–20 мин.

Наиболее эффективно рециклер работает, если в него загружается мелкая асфальтобетонная крошка, полученная путем холодного фрезерования покрытия. При этом для улучшения свойств смеси рекомендуется при загрузке крошки или кускового лома добавлять твердого или полутвердого битума в количестве 1–2% по весу.

Порционная или полная выгрузка горячей смеси из рециклера может производиться либо непосредственно на ремонтируемое место, либо в

малогабаритную ручную тележку или ковш погрузчика для подачи смеси к месту ее укладки.

Экономическая эффективность и целесообразность использования технологии рециклинга очень высока. При наличии асфальтобетонной крошки или кускового лома на месте заделки выбоин расходы на ямочный ремонт могут быть снижены на 50–60%, в сравнении с доставкой новой смеси с АБЗ.

В последнее время в зарубежных странах широко практикуется аварийная заделка выбоин и других дефектных мест специальными ремонтными смесями со сроком их хранения один-два года в готовом виде в герметичных пластиковых емкостях (ведра, бочки, ящики), в запаянных пластиковых мешках (по 25–50 кг) и даже в штабелях на открытом воздухе.

Большей частью вяжущим для этих холодных материалов служит модифицированный полимерами жидкий битум со специальными добавками или эмульсия на его основе, что делает такие ремонтные смеси достаточно дорогими. Однако их привлекательные технологические достоинства (холодная технология, длительный срок хранения, выполнение работ по сырой поверхности и даже при морозе) вместе с высокой прочностью заделки дефектных мест делают возможным и даже целесообразным их использование на мелком и единичном аварийном ямочном ремонте. [49]

Битумоминеральные смеси основаны на применении модифицированного битума. В качестве модификатора используется порошок МАК, создающий гелеобразное состояние битума, которое позволяет формировать на поверхности щебня более толстую плёнку битума. Толстая пленка замедляет потерю свойств битума из-за его старения, при этом увеличивается срок службы покрытия. Холодные битумоминеральные смеси МАК изготавливаются в асфальтобетонных установках, доставляются железнодорожным или автомобильным транспортом и могут длительно храниться на открытых площадках в буртах. [50]

Учитывая возможность производства ремонтных работ по данной технологии при отрицательных температурах (до -10°C), она имеет широкую перспективу применения в Павлодарской области. Ремонтные работы автомобильных дорог Павлодарской области начинаются 28 апреля и заканчиваются 15 октября. Применение МАК-технологии позволяет увеличить срок проведения ремонтных работ на два месяца (с 28 марта по 28 ноября). Удлинение сроков проведения ремонтных работ позволяет не только ускорить процесс обновления дорожных одежд, но и существенно сократить затраты. В период оттепелей происходит более интенсивное разрушение дорожного полотна, поэтому очень важным становится проведение ямочного ремонта до наступления оттепелей. Несвоевременное проведение ямочного ремонта покрытия увеличивает объем работ и соответственно затраты на ремонт в два-три раза. Т.е. если в марте необходимо отремонтировать 1 м^2 , то в апреле эта цифра утроится, а соответственно утроятся и затраты.

Иногда, учитывая временный характер и не слишком высокое качество аварийного ремонта, умышленно идут на упрощение и удешевление как самого ремонтного материала, так и технологии его приготовления и применения.

Стоимость МАК-асфальтобетона выше, чем стоимость горячей и холодной асфальтобетонной смеси. В таблице 16 приведены данные о стоимости асфальтобетонной смеси, необходимой для проведения ремонтных работ в объеме 1 м².

Таблица 16

Стоимость асфальтобетонной смеси, необходимой для проведения ремонта 1 м² автомобильных дорог республиканского значения

Поставщик	Стоимость выполнения работ тг/м ²	
	горячая/холодная асфальтобетонная смесь	МАК-асфальтобетон
АБЗ п. Качиры	7750	9456
АБЗ г. Павлодар	7310	9300

Более высокая стоимость МАК-асфальтобетона обоснована многими факторами:

- возможность использования смеси при отрицательных температурах (до -10⁰С);
- более длительный срок службы дорожного полотна;
- МАК-битум может находиться при высоких температурах длительное время без потери свойств;
- не развитая сеть поставщиков МАК-асфальтобетона. [50]

Как уже было отмечено, успех в дорожно-строительном бизнесе во многом зависит от того, насколько грамотно построена модель снабжения. ПОФ РГП «Казахавтодор» имеет в собственности асфальтобетонный завод (АБЗ), который находится в п. Качиры. Однако при проведении ремонтных работ на дорогах республиканского значения (например Астана-Павлодар) с применением МАК-асфальтобетона гораздо дешевле производить закуп смеси непосредственно в г. Павлодар, т.к. существенно сокращаются затраты на транспортировку и хранение запасов. Существенным фактором, влияющим на принятие решений относительно использования МАК-асфальтобетона является отсутствие опыта работы с данным материалом.

Основной проблемой для специалистов-дорожников остается обоснование высокой стоимости заказчиком. Однако, как показывает опыт зарубежных стран, дорожное покрытие с применением МАК-технологий почти в три раза прочнее обычного. Эти технологии интенсивно применяются в США, Канаде, Европе, Китае и Австралии. Специалисты прогнозируют там 50-летний срок службы дорожных «одежд», приготовленных с применением гелеобразных модифицированных битумов. Это значит, что расходы на содержание и ремонт магистралей значительно сократятся.

Необходимо отметить, что ПОФ РГП «Казахавтодор» имеет резервы для снижения затрат до рационального уровня в виде комбинирования химического метода борьбы с зимней скользкостью, основанного на применении технической соли и химического метода, основанного на использовании солевых растворов. Повышение экономической эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности возможно за счет снижения себестоимости работ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе рассматривалась тема «Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтодор»)».

В целях раскрытия теоретического материала В работе были исследованы экономическая сущность категорий «доходность» и «конкурентоспособность», а также их взаимовлияние.

Установлено, что стремление к повышению доходности и обеспечению конкурентоспособности являются глобальными целями любого предприятия.

Доходность является первоочередным стимулом к созданию новых или развитию уже действующих предприятий. Она побуждает предпринимателей искать более эффективные способы сочетания ресурсов, изобретать новые продукты, на которые может возникнуть спрос, применять организационные и технические нововведения, которые обещают повысить эффективность производства. Работая прибыльно, каждое предприятие вносит свой вклад в экономическое развитие общества, способствует созданию и приумножению общественного богатства и росту благосостояния народа.

В стремлении к повышению доходности бизнеса многие предприятия основной из стратегических целей ставят захват доли рынка у конкурентов. Однако усилия менеджмента в области захвата рыночной доли могут быть контрпродуктивными и в большинстве случаев негативно сказываются на прибыльности бизнеса.

Доходность - относительный показатель интенсивности производства, так как отражает уровень прибыльности относительно определённой базы, а конкурентоспособность трактуется как способность объекта, в данном случае предприятия, приносить прибыль на вложенный капитал не ниже заданной или как превышение над среднестатистической прибылью в соответствующей сфере бизнеса.

Следует отметить, что существует множество подходов к трактовке категории «конкурентоспособность предприятия», если один из авторов под конкурентоспособностью предприятия понимает свойство объекта, другой - совокупную эффективность производства, третий - потенциальную возможность фирм, четвертый - способность экономического объекта противостоять среде.

Факторы, оказывающие влияние на конкурентоспособности предприятия, можно разделить на две группы: объективные и субъективные факторы. К объективным факторам относится эффективность производства, которая по большей части характеризуется показателями рентабельности (доходности). Таким образом, можно заключить, что конкурентоспособность предприятия напрямую зависит от уровня его доходности.

С другой стороны к факторам, определяющим доходность предприятия, относятся такие важнейшие показатели конкурентоспособности, как объем реализации, уровень цен, уровень конкурентоспособности производства и продукции и другие.

Показателями, характеризующими доходность предприятия являются абсолютный показатель – чистый доход и относительные показатели – коэффициенты рентабельности.

Объектом диссертационного исследования выступали механизмы и методы управления доходностью и конкурентоспособность государственного предприятия в условиях рынка, что является достаточно новым направлением исследования.

Зарубежные авторы утверждают, что «один из способов улучшения результатов работы государственного сектора – использовать те же инструменты, которые использует частный сектор...».

Работа выполнена по материалам ПОФ РГП «Казахавтодор». Павлодарский областной филиал РГП «Казахавтодор» является структурным подразделением Республиканского государственного предприятия «Казахавтодор», созданного в 1998 году.

Наибольший объем работ филиал выполняет по осуществлению содержания и текущего ремонта автомобильных дорог.

В 2008 году среднесписочная численность работников составила 241 человек.

В собственности ПОФ РГП «Казахавтодор» имеется пять ДЭУ, расположенных по всей территории Павлодарской области, что позволяет обеспечивать бесперебойность дорожного движения на всей территории Павлодарской области.

В работе подробно проведен анализ финансово-хозяйственной деятельности, с особым акцентом на доходность предприятия. За 2008 год произошло существенное увеличение дохода от реализации - на 28,86%. В большей степени произошло увеличение себестоимости оказанных услуг – 34,83%. Непропорциональный рост себестоимости продукции относительно роста дохода от реализации явился причиной сокращения чистой прибыли по итогам 2008 года на 66,29%. Из причин, наибольшим образом повлиявшими на резкий рост себестоимости продукции можно выделить общую экономическую нестабильность, инфляцию, резкий рост цен на все ресурсы, которые использует в ходе своей деятельности филиал. Так, цены на асфальтобетонную смесь выросли на 29%, на битум – на 80%, на песок - на 56%.

Наиболее полную характеристику доходности могут дать значения коэффициентов рентабельности, которые являются относительными величинами. Расчет и динамика данных показателей приведены в настоящей работе.

Одним из наиболее широко применяемых показателей меры эффективности имущества (активов) предприятия является коэффициент доходности (прибыльности) активов. На анализируемом предприятии к 2008 году он сократился в 4,5 раза по сравнению с 2007 годом. Это свидетельствует об ухудшении эффективности деятельности предприятия. В 2008 году коэффициент рентабельности активов составил 0,02, это означает, что совокупные активы предприятия приносят всего 2% чистой прибыли.

Вторым важнейшим показателем оценки рентабельности предприятия является коэффициент рентабельности реализации. Коэффициент

рентабельности реализации, рассчитанный по чистой прибыли, в 2008 снизился на 0,04 пункта и составил 0,02 – это означает, что каждая денежная единица реализованной продукции приносит 2% чистой прибыли. Данный показатель является наиболее значимым в части анализа финансовой информации.

Также в работе произведена оценка конкурентных позиций ПОФ РГП «Казахавтодор».

ПОФ РГП «Казахавтодор» призвано выполнять работы государственного заказа по содержанию, текущему ремонту и озеленению автомобильных дорог республиканского значения. Кроме того, предприятие участвует в конкурсах (тендерах) для получения объемов по капитальному, среднему ремонту автомобильных дорог местного значения.

Т.к. основным фактором конкуренции на рынке услуг по дорожному ремонту является стоимость оказываемых услуг, то для заказчиков из числа государственных и местных органов власти предпочтительными являются предприятия известные, с более эффективной техникой и высокой квалификацией кадров, которые в состоянии обеспечить качество выполняемых работ.

В соответствии с Законом «О государственных закупках» предусмотрено применение различных критериев, влияющих на конкурсное ценовое предложение участников конкурса по каждому лоту. Расчет процентного влияния на условную цену конкурсной заявки потенциального поставщика приведен в работе.

По каждому критерию конкурсная комиссия применяет к потенциальному поставщику условную скидку, влияющую на первоначальную стоимость заказа. Установлены максимальные значения возможной скидки и предприятие, получившее большее количество процентов признается выигравшим.

Результаты расчета процентных влияний на условную цену конкурсной заявки показали, что ПОФ РГП «Казахавтодор» обладает целым рядом преимуществ, позволяющих побеждать в ценовой конкуренции. К таковым относятся: опыт работы на рынке закупаемых услуг (более десяти лет), наличие специалистов, обладающих уровнем профессиональной квалификации и опытом работы на рынке закупаемых работ (стаж руководящих работников составляет более 20 лет) и др.

Также была произведена оценка конкурентоспособности ПОФ РГП «Казахавтодор» с позиции доходности. В качестве сравнения были выбраны предприятия частных форм собственности, являющиеся постоянными конкурентами ПОФ РГП «Казахавтодор». Следует отметить, что по результатам 2008 года коэффициент рентабельности реализованной продукции ПОФ РГП «Казахавтодор» выше, чем по другим предприятиям. Наибольшее значение коэффициента рентабельности активов зафиксировано у ТОО «АЗА». ТОО «АЗА» занимает прочные позиции на рынке дорожно-строительных услуг и занимает 25% работ по текущему ремонту (ПОФ РГП «Казахавтодор» - всего 20%)

Большое внимание в работе уделено анализу сильных и слабых сторон (SWOT-анализ).

В заключительном разделе диссертации подробно были рассмотрены проблемы, с которыми сталкивается в своей деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор», а также предложены эффективные пути их решения.

К числу проблем можно отнести следующие:

- низкая доходность;
- низкая квалификация кадров;
- низкий уровень корпоративного управления и несвоевременность предоставляемой информации.

В заключительной части диссертации были предложены и обоснованы механизмы, направленные на повышение доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли:

- применение солевых растворов для ликвидации гололеда на автомобильных дорогах;
- выбор поставщиков, обеспечивающих продажу материалов по более низким ценам;
- повышение квалификации кадров;
- использование современных методов и средств ямочного ремонта дорожных покрытий.

Таким образом, ПОФ РГП «Казахавтодор» имеет резервы для снижения затрат до рационального уровня в виде комбинирования химического метода борьбы с зимней скользкостью, основанного на применении технической соли и химического метода, основанного на использовании солевых растворов. Повышение экономической эффективности деятельности предприятия и его конкурентоспособности возможно за счет внедрения современных информационных технологий.

В заключении необходимо отметить, что операции в государственном и коммерческом секторах имеют некоторые различия, однако они часто преувеличиваются и не должны использоваться для оправдания неэффективности и непродуктивности работы или напрасного расходования ресурсов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. М.: Дело, 2000 – 800 с.
2. Экономика предприятия: Учебник для вузов / Под ред. проф. В. Л. Горфинкеля, проф. В. А. Швандера. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2003. – 718 с.
3. Шеремет А.Д., Ионова А.Ф. Финансы предприятий: менеджмент и анализ: Учеб. пособие для вузов. - М.: ИНФРА-М, 2004. – 538 с.
4. Зайцев Н.Л. Экономика промышленного предприятия: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2003. – 224 с.- (Высшее образование)
5. Ковалева А. М., Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. Финансы фирмы. – М.: ИНФРА – М., 2000. – 416 с.
6. Финансовый менеджмент: теория и практика – Учебник / Под ред. Е.С. Стояновой – 5-е издание, перераб. и доп. – М.: Изд-во «Перспектива», 2005. – 656 с.
7. Ричард Кох (Richard Koch) Анализ методов увеличения прибыли 18 января 2005 // www.elitarium.ru
8. Закон Республики Казахстан № 173-III ЗРК «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности» от 7 июля 2006 года // www.izdatel.kz
9. Кныш М.И. Конкурентные стратегии: Учебное пособие. - СПб, 2002. с. 348
10. Кормнов Ю. Россия в международной кооперации: оценки эффективности/ Ю. Кормнов// Экономист. – 2005. №10. – 61 с.
11. Информационное обеспечение управления конкурентоспособностью – Сборник статей под ред. проф. С.Г.Светунькова 04.05.2008// www.marketing.spb.ru
12. Чайникова Л.Н. Конкурентоспособность предприятия : учеб. пособие / под ред. Л.Н. Чайниковой, В.Н. Чайникова. – Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 192 с.
13. Щиборщ К.В. Сравнительный анализ конкурентоспособности и финансового состояния предприятий отрасли и/или региона Дата публикации: 15.01.2002 Маркетинг в России и за рубежом > №5 2000 <http://www.cfin.ru/press/marketing/2000-5/12.shtml>
14. Инвестиции и инновации: Слов.-справ. от А до Я / Под ред. М.З. Бора, А.Ю. Денисова.-М., 1998.-с. 26
15. Ковалёва. А.М., Лапуста М.Г. «Финансы фирмы» – М.: ИНФРА-М, 2000 - 416с.
16. Истаева А.А., Вершинина Г.С. Экономика и планирование коммерческого предпринимательства: Учеб. пособие / Под ред. Б. А. Алтынбаева; Каз. гос. акад. упр.- Алматы: Экономика, 2000.- 132 с.
17. Грузинов В. Г., Грибов В. Д. Экономика предприятия: Учеб. пособие. – 2-е изд. доп. –М.: Финансы и статистика, 2001. – 208с.
18. Ковалёв В.В. «Финансовый анализ». Москва. 2000г
19. Симкин Л., Дибб С. Практическое руководство по сегментированию рынка (The Market Segmentation Workbook. Target Marketing for Marketing Managers, Sally Dibb and Lyndon Simkin) 1-е, 2002 год 240 стр.

20. Белковский А.Н. Конкурентная стратегия современных компаний (точка зрения Майкла Портера) // Менеджмент в России и за рубежом №4 / 2004
www.mevriz.ru
21. Проблематика дорожного хозяйства // Российская газета от 23.12.2008 // www.amond.ru
22. Светин Д. Бизнес у обочины 16/03/2005 Дороги Ленинградской области могут передать в частные руки
23. Федосов А.И. Дорожно-строительная отрасль: реалии настоящего времени, директор // 2001
24. Барковский А.Н. Значение развития сети автомобильных дорог для инвестиционного обеспечения международных и межрегиональных торгово-экономических связей субъектов Российской Федерации. // Выступление Заместителя директора Центра внешнеэкономических исследований Российской Академии Наук 21 октября 2003 г.
25. Платные дороги: концессия // по материалам РИА «Новости». 14.01.2008
26. Бектуров А. Г. Платно или бесплатно – альтернативы нет // Деловой еженедельник «Бизнес&Власть» (<http://www.and.kz>) 23.10.2007
27. Ширшова Т. Концессионные платные дороги: экономический эффект не оспорим. Международный опыт по внедрению платных дорог // Магистраль №5 (95) 2008 - 68 с.
28. Постановление Правительства Республики Казахстан от 17 марта 2005 года N 239 О создании дочерних государственных предприятий Республиканского государственного предприятия «Казахавтодор» на праве хозяйственного ведения Комитета развития транспортной инфраструктуры Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан
29. Котлер Ф., Ли Н. Маркетинг для государственных и общественных организаций / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2008 – 384 с.: ил. – (Серия «Маркетинг для профессионалов»).
30. И.Ф. Карапыш «Судьба моя – дороги» - Костанай, 2007 год, - 658 с.
31. Закон Республики Казахстан «О государственных закупках» от 21 июля 2007 года N 303 2Казахстанская правда» от 7 августа 2007 года N 121 (25366) // Ведомости Парламента РК, 2007 год, N 17 (2498)
32. www.mtk.gov.kz Официальный сайт Министерства транспорта и коммуникаций Республики Казахстан
33. www.pavlodar.kz Сайт акима Павлодарской области
34. Балкенова З. Неутешительные прогнозы развития автодорожной отрасли РК - Национальное информационное агентство «Казинформ»// www.inform.kz 15.01.09
35. Фокс, Д. Дж. Конкурентные преимущества в денежном выражении / Джеффри Дж. Фокс, Ричард К. Грегори; пер. с англ. – изд. 3-е. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008 – 304 с. – (Коротко и по делу)
36. www.dist-cons.ru Портал дистанционного консультирования малого предпринимательства «Логистика в малом бизнесе»
37. Султанов Б. Республиканский бюджет на 2009 год будет сокращен на 301 млрд тенге – Астана. 25 ноября. «Казахстан Сегодня» от 25.11.2008

- 38.Забровская Б. Секвестрируя республиканский бюджет, мы сохраняем расходы на стратегические направления — Новости политики, спорта, экономики, бизнеса РФ и РК 7 апреля 2009
- 39.Автобан в евразийской системе // www.kazpravda.kz Общенациональная ежедневная газета «Казахстанская правда» 16.08.2007
- 40.Б. Баймагамбетов Дороги, которые нужно сохранить или применение маршрутного способа ремонта дорог//Магистраль 11. 2008 - Научно производственный журнал 68 с.
- 41.Моминбеков К. Дорожник – одна из престижных и почетных профессий// Магистраль 10 (100) 2008 Научно производственный журнал 68 с.
- 42.Евтушенков Ф. Рентабельность в дорожном строительстве составляет порядка 30-35%. – президент «Системы-Галс» Рентабельность в дорожном строительстве составляет порядка 30-35%. Об этом в интервью газете «Ведомости» заявил президент компании “Система-Галс” (девелоперское подразделение АФК «Система») .Оптстрой - новости компании Новости компании
- 43.Методические рекомендации по разработке организационно-технических мероприятий для составления планов содержания автомобильных дорог
- 44.Костельов М. П. Современные методы и средства ямочного ремонта дорожных покрытий // Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2001» www.stroibk.ru
- 45.Костельов М. П., Масюк А. Ф. Поверхностная обработка дорожных покрытий//Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2004» www.stroibk.ru
- 46.Марышев Б. С., Соловьев Б. Н. Асфальтобетонные заводы и технологическое оборудование для их оснащения // Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2004» www.stroibk.ru
- 47.Никольский Ю. Е. Эмульсионная технология для дорог // Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2001» www.stroibk.ru
- 48.Костельов М. П. Технология холодного ресайклинга // Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2004» www.stroibk.ru
- 49.Худякова Т. С., Масюк А. Ф., Калинин В. В. Особенности структуры и свойств битумов, модифицированных полимерами // Каталог-справочник «Дорожная Техника – 2007» www.stroibk.ru
50. Широкобородов В. Биг-Мак для дорожников // 01 мая 2009 www.oko.kz

Приложение А
(обязательное)

Бухгалтерский баланс ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2006 года

	тыс. тенге	
Наименование статьи	2005 год	2006 год
Активы		
Денежные средства и их эквиваленты	536	5300
Товарно-материальные запасы	81823	35221
Краткосрочная дебиторская задолженность	33589	6829
Текущие налоговые активы	0	0
Активы, предназначенные для продажи	0	595
Прочие краткосрочные активы	0	257
Итого краткосрочных активов	115948	48202
Балансовая стоимость нематериальных активов	62	0
Основные средства	273962	293698
Итого долгосрочных активов	274024	293698
Баланс	389972	341900
Обязательства		
Обязательства по налогам	7137	3676
Обязательства по другим обязательным и добровольным платежам	0	364
Краткосрочная кредиторская задолженность	45524	369687
Кредиторская задолженность дочерним (зависимым) организациям	4625	0
Прочие краткосрочные обязательства	10348	0
Итого краткосрочные обязательства	67634	373727
Долгосрочные финансовые обязательства	0	0
Отложенные налоговые обязательства	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	0	0
Итого долгосрочные обязательства	0	0
Итого обязательства	67634	373727
Капитал		
Уставный капитал	342778	0
Резервы	0	37934
Нераспределенный доход	-20440	-69761
Итого капитал	322338	-31827
Баланс	389972	341900

Приложение Б
(обязательное)

Бухгалтерский баланс ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 года

Наименование статьи	2007 год	2008 год
тыс. тенге		
Активы		
Денежные средства и их эквиваленты	7460	15190
Товарно-материальные запасы	48356	136881
Краткосрочная дебиторская задолженность	6132	48493
Текущие налоговые активы	3579	5145
Активы, предназначенные для продажи	595	595
Прочие краткосрочные активы	698	189
Итого краткосрочных активов	66820	206493
Основные средства	321162	376005
Итого долгосрочных активов	321162	376005
Баланс	387982	582498
Обязательства		
Обязательства по налогам	558	2848
Обязательства по другим обязательным и добровольным платежам	1411	2811
Краткосрочная кредиторская задолженность	356225	550787
Прочие краткосрочные обязательства	0	165
Итого краткосрочные обязательства	358194	556611
Долгосрочные обязательства		
Долгосрочные финансовые обязательства	0	0
Отложенные налоговые обязательства	0	0
Прочие долгосрочные обязательства	0	0
Итого долгосрочные обязательства	0	0
Итого обязательства	358194	556611
Капитал		
Уставный капитал	0	0
Резервы	29788	25887
Нераспределенный доход	0	0
Итого капитал	29788	25887
Баланс	387982	582498

Приложение В
(обязательное)

Отчет о прибылях и убытках ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2005-2006 года

Наименование статьи	тыс. тенге	
	2005 год	2006 год
Доход от реализации продукции и оказания услуг	494758	366071
Себестоимость реализованной продукции (оказанных услуг)	466037	333121
Валовая прибыль	28721	32950
Доход от финансирования	0	0
Прочие доходы	0	1668
Расходы на реализацию продукции и оказание услуг	0	
Административные расходы	26321	34056
Расходы на финансирование	0	
Прочие расходы	0	561
Прибыль (убыток) от продолжаемой деятельности	2400	1
Прибыль от неосновной деятельности	-1929	0
Прибыль до налогообложения	471	1
Расходы по корпоративному налогу	0	0
Чистая прибыль	471	1

Приложение В
(обязательное)

Отчет о прибылях и убытках ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 года

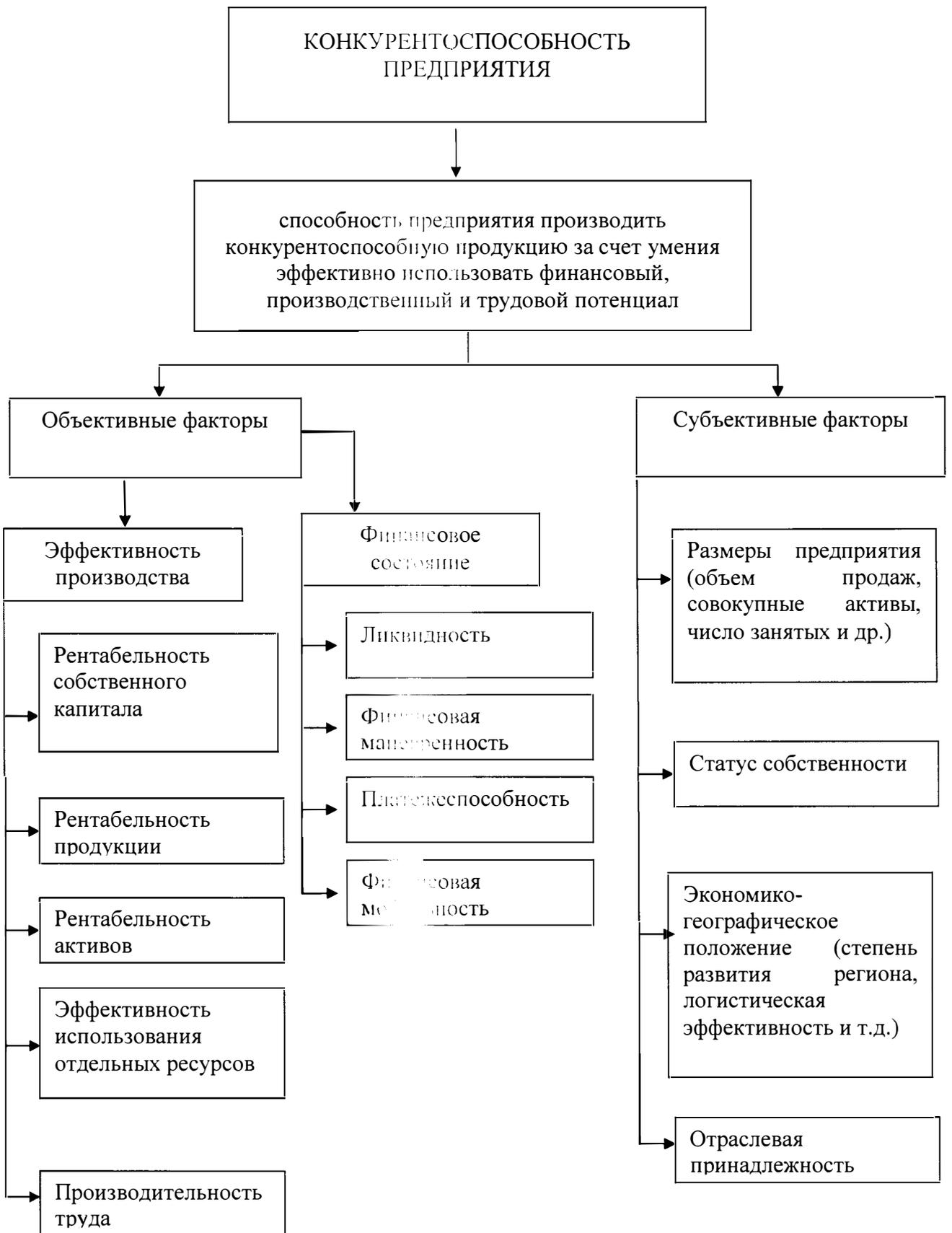
Наименование статьи	тыс. тенге	
	2007 год	2008 год
Доход от реализации продукции и оказания услуг	624782	805069
Себестоимость реализованной продукции (оказанных услуг)	546145	736356
Валовая прибыль	78637	68713
Доход от финансирования		
Прочие доходы	3271	116
Расходы на реализацию продукции и оказание услуг	0	0
Административные расходы	45069	54971
Расходы на финансирование	0	0
Прочие расходы	683	1671
Прибыль (убыток) от продолжаемой деятельности	36156	12187
Прибыль от неосновной деятельности	0	0
Прибыль до налогообложения	36156	12187
Расходы по корпоративному налогу	0	0
Чистая прибыль	36156	12187

Приложение Д
(справочное)

Таблица Д.1

Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог областного и районного значения Павлодарской области в 2008 году

Наименование организации	Всего выполненных работ по Павлодарской области, в тыс. тенге			Выполненные работы в разрезе районов Павлодарской области, тыс. тенге																	
				Аксуский район			Актогайский район			Иртышский район			Качирский район			Павлодарский район			Щербактинский район		
	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция	средний ремонт	капитальный ремонт	реконструкция
ПОФ РГП «Казахавтодор»	36879	-	-	-	-	-	36879	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «Парус»	74722	-	-	48764	-	-	25958	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «АЗА»	74914	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	74914	231493	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «ПКФ Гордорстрой»	-	-	163470	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	163470
ТОО «Павлодар-жолдары»	19297	-	-	-	-	-	19297	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «ДЭП»	49109	41404	-	-	-	-	-	41404	-	49109	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «Нурал»	95529	150819	-	-	-	-	-	-	-	95529	150819	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ТОО «Казмостдор-стройсервис»	62866	-	-	49558	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13308	-	-	-	-	-
Итого	413316	192223	394963	98322	-	-	82134	41404	-	144638	150819	-	74914	231493	13308	-	-	-	-	-	163470



МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ

				<i>Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтдор»)</i>			
				<i>МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ</i>			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтдор»	Стадия	Лист	Листов
					У	1	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	Факторы, определяющие конкурентоспособность предприятия и система показателей ее оценки	группа ЭК-21м		
Руковод.	Кашук Л.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		16.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06				



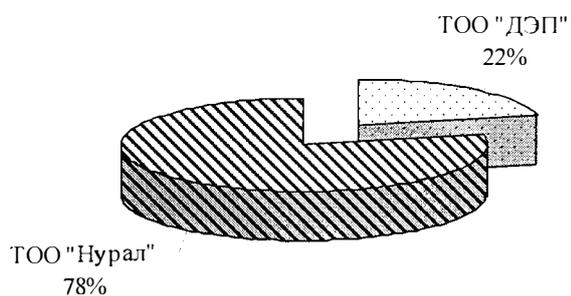
				<i>Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтодор»)</i>			
				<i>МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ</i>			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтодор»	Стадия	Лист	Листов
					У	2	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	Факторы, определяющие доходность предприятия	группа ЭК-21м		
Руковод.	Кашук Л.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06				

Структура выполненных работ по ремонту автомобильных дорог областного и районного значения в разрезе предприятий Павлодарской области

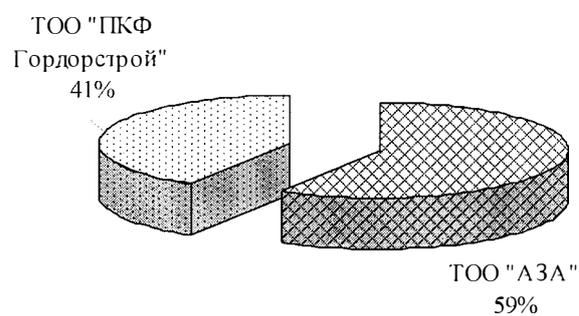
Средний ремонт



Капитальный ремонт



Реконструкция дорог

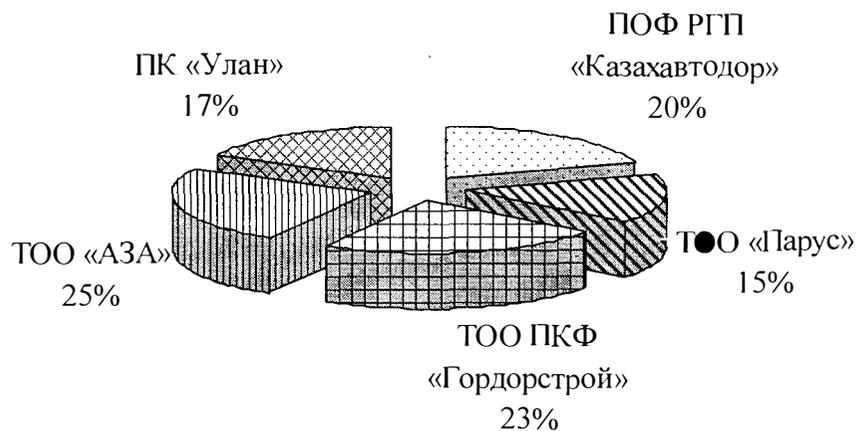


				Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтодор»)			
				МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтодор» Структура выполненных работ по ремонту автомобильных дорог областного и районного значения в разрезе предприятий Павлодарской области	Стадия	Лист	Листов
					У	4	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09		группа ЭК-21м		
Руковод.	Кашук Л.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06				

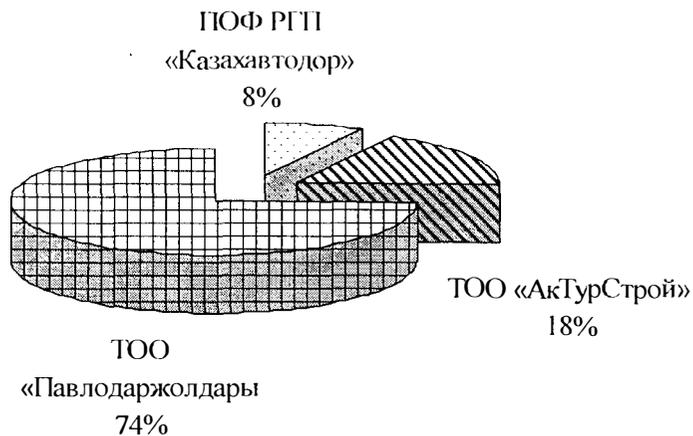
Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог Павлодарской области республиканского значения в 2008 году

Наименование предприятия	Всего выполненных работ, тыс. тенге	Средний ремонт		Капитальный ремонт		Реконструкция	
		стоимость, тыс. тенге	доля, %	стоимость, тыс. тенге	доля, %	стоимость, тыс. тенге	доля, %
ПОФ РГП «Казахавтодор»	187127,9	102200	19,95	84900	7,92	-	-
ТОО «Парус»	78715,37	78700	15,37	-	-	-	-
ТОО ПКФ «Гордорстрой»	119723,4	119700	23,37	-	-	-	-
ТОО «АЗА»	123524,1	123500	24,11	-	-	-	-
ПК «Улан»	88117,2	88100	17,20	-	-	-	-
ТОО «Автодорсервис»	2724100	-	-	-	-	2724100	86,35
ТОО «Окан Констракши»	430700	-	-	-	-	430700	13,65
ТОО «АкТурСтрой»	187717,5	-	-	187700	17,52	-	-
ТОО «Павлодаржолдары»	798974,6	-	-	798900	74,56	-	-
Итого	4738700	512200	100,00	1071500	100,00	3154800	100

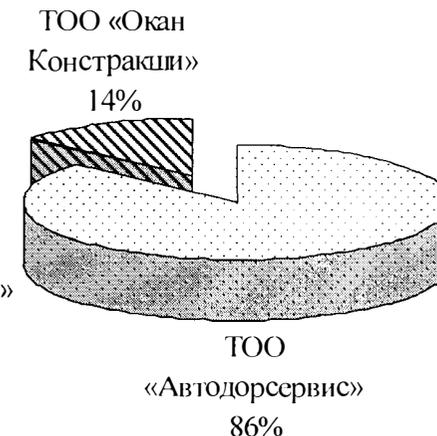
Средний ремонт



Капитальный ремонт



Реконструкция



МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ

				<i>Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтдор»)</i>			
				МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтдор»	Стадия	Лист	Листов
					У	5	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	Объем выполненных работ по ремонту автомобильных дорог Павлодарской области республиканского значения в 2008 году в разрезе предприятий	группа Эк-21.м		
Руководитель	Кашук Л.И.		15.06.09				
И-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06.09				

МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.1Ч

				<i>Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтдор»)</i>			
				<i>МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.1Ч</i>			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтдор»	Стадия	Лист	Листов
						У	3
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	<i>Расчет процентных вливаний на условную цену конкурсной заявки потенциального поставщика</i>	<i>группа Эк-21м</i>		
Руководитель	Кашук И.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		15.06.09				

SWOT-анализ деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор»

<p>Внешняя среда</p> <p>Внутренняя среда</p>	<p>Возможности</p> <ul style="list-style-type: none"> - Получение доходов от предоставления дополнительных услуг; - Повышение уровня квалификации сотрудников; - Способность обеспечить выполнение работ на дорогах местного значения (кроме гос. заказа); - Снижение затрат. 	<p>Угрозы</p> <ul style="list-style-type: none"> - Высокий уровень конкуренции в отрасли; - Устаревание материально-технической базы; - Влияние мирового финансового кризиса; - Снижение доходности.
<p>Сильные стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разветвленная сеть дорожных участков (ДЭУ), способных обеспечить бесперебойное движение на всех участках автомобильных дорог Павлодарской области - Осуществление деятельности по гос. заказу; - Постоянство кадрового состава; - Богатый накопленный опыт (стаж руководящих работников предприятия в среднем составляет 20 лет, предприятие функционирует на рынке 10 лет); - Стабильность и надежность поставщиков; - Наличие сертифицированной системы менеджмента качества в соответствии с требованиями государственных и международных стандартов; - Наличие большого парка специализированной дорожно-строительной техники 	<p>Перспективные направления развития:</p> <p>поиск новых направлений снижения издержек производства для победы в тендерах на выполнение работ по строительству, ремонту и содержанию дорог местного значения с целью получения дополнительных источников дохода</p>	<p>Область формирования стратегических проблем:</p> <p>повышение конкурентоспособности предприятия за счет приобретения дополнительной спец. техники, использования современных технологий по ремонту автомобильных дорог (использование битума, модифицированного порошком МАК)</p>
<p>Слабые стороны</p> <ul style="list-style-type: none"> - Низкий уровень нормативной оснащенности на предприятии согласно международным стандартам (всего 36%); - Низкий уровень квалификации кадров; - Низкий уровень доходности. 	<p>Область формирования стратегических проблем:</p> <p>Повышение доходности деятельности за счет снижения производственных затрат. Повышение квалификации сотрудников за счет зарубежных командировок, стажировок, обучения в ВУЗах Республики Казахстан и переподготовки на местах.</p>	<p>Стратегия, направленная на избежание угроз и минимизацию воздействия слабых сторон:</p> <p>Улучшение материально технического обеспечения за счет повышения доходов. Повышение конкурентоспособности за счет внедрения новых технологий и расширения парка дорожно-строительной техники.</p>

МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ

				Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтодор»)			
				МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтодор»	Стадия	Лист	Листов
					У	6	11
Магистрант	Гульям О.А.		15.06.09	SWOT-анализ деятельности ПОФ РГП «Казахавтодор»	группа Эк-21м		
Руководитель	Кашук Л.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06.09				

**Абсолютные показатели доходности ПОФ РГП «Казахавтодор»
за 2006-2008 годы**

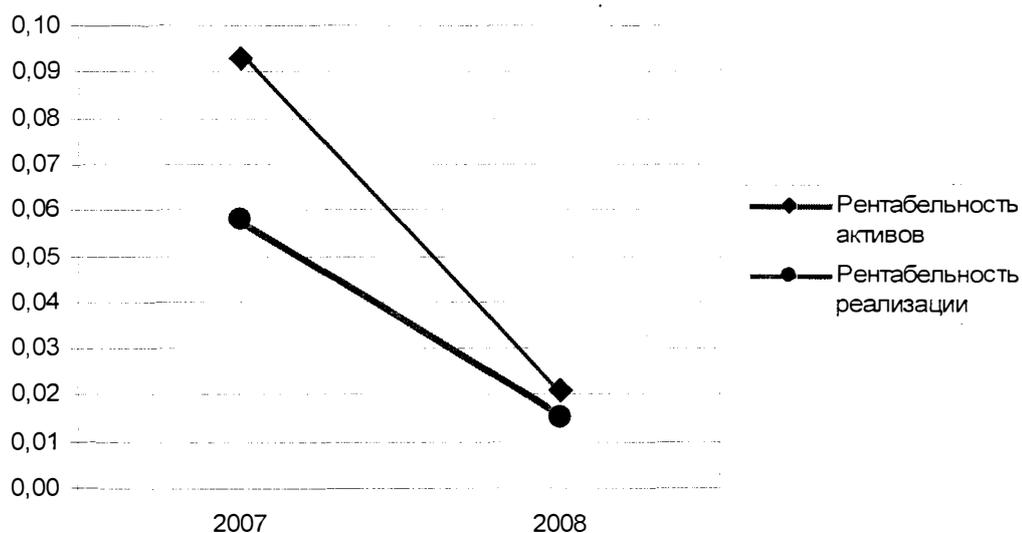
Наименование показателя	сумма, тыс. тенге		Изменения		сумма, тыс. тенге	Изменения	
	2006г.	2007г.	в тыс. тенге	в %		2008г.	в тыс. тенге
Доход от реализации продукции и оказания услуг	366071	624782	258711	70,67	805069	180287	28,86
Себестоимость реализованной продукции (оказанных услуг)	333121	546145	213024	63,95	736356	190211	34,83
Валовая прибыль	32950	78637	45687	138,66	68713	-9924	-12,62
Прочие доходы	1668	3271	1603	96,10	116	-3155	-96,45
Прибыль (убыток) от продолжаемой деятельности	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29
Прибыль до налогообложения	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29
Чистая прибыль	1	36156	36155	3615500,00	12187	-23969	-66,29



				Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казхавтодор»)			
				МД 6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казхавтодор»	Стадия	Лист	Листов
					У	7	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.08	Абсолютные показатели доходности ПОФ РГП «Казхавтодор» за 2006-2008 годы	группа ЭК-21.м		
Руковод.	Кашук Т.П.		15.06.08				
Н-контр	Кадырова А.С.		19.06.08				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06.08				

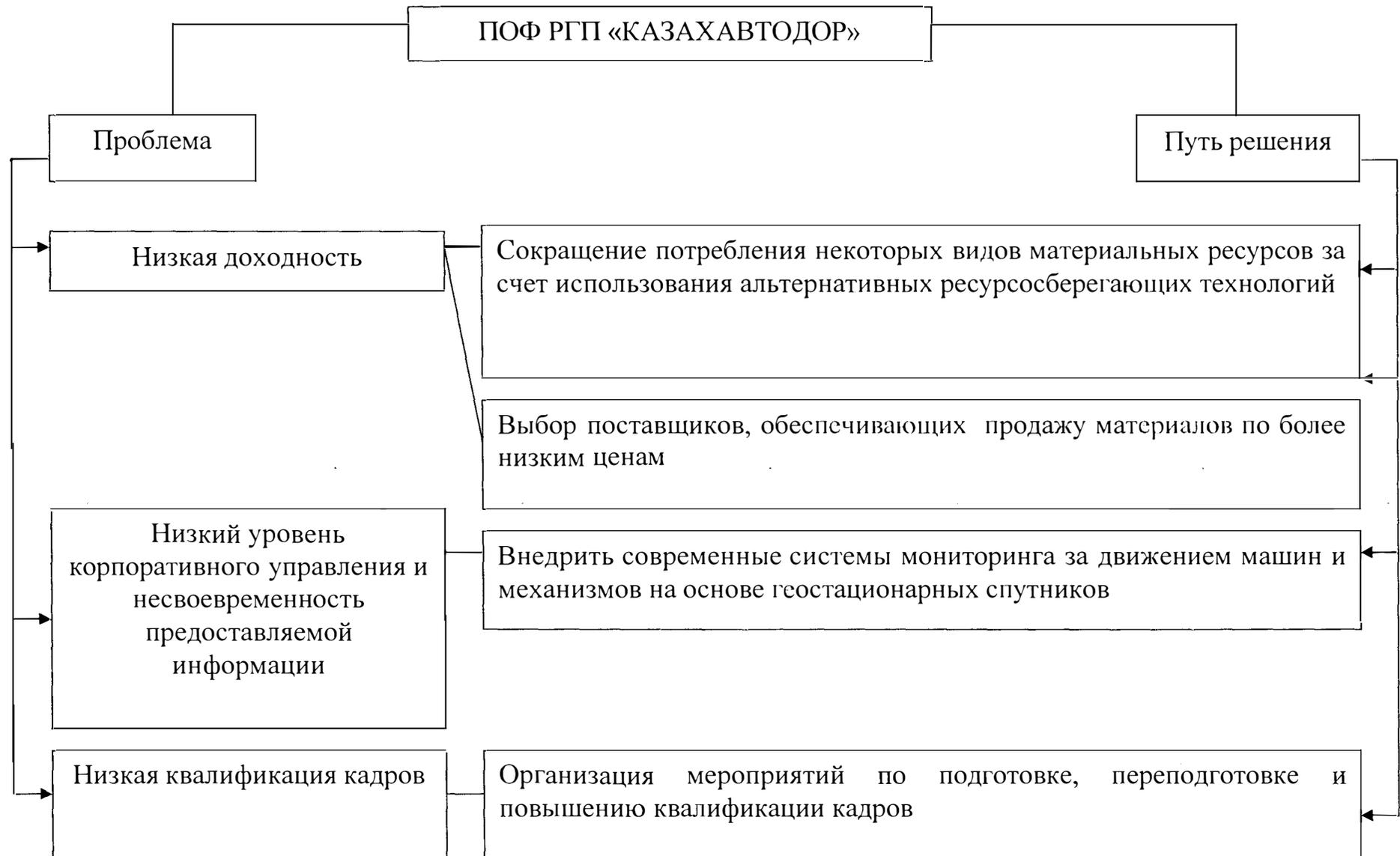
Коэффициенты рентабельности ПОФ РГП «Казахавтодор» за 2007-2008 гг

Показатель рентабельности	Формула расчета	Источник информации	Значение коэффициента	
			2007	2008
Рентабельность активов	Чистая прибыль/Среднегодовая стоимость активов	Отчет о прибылях и убытках (стр. 170) / Баланс	0,09	0,02
Рентабельность реализации	Чистая прибыль/Доход от реализации	Отчет о прибылях и убытках (стр. 170)/(стр. 010)	0,06	0,02



				Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтдор»)			
				МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтдор»	Стадия	Лист	Листов
					У	8	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	Коэффициенты рентабельности ПОФ РГП «Казахавтдор» за 2007- 2008 гг	группа ЭК-21.м		
Руковод.	Кашук Л.П.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		15.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06.09				

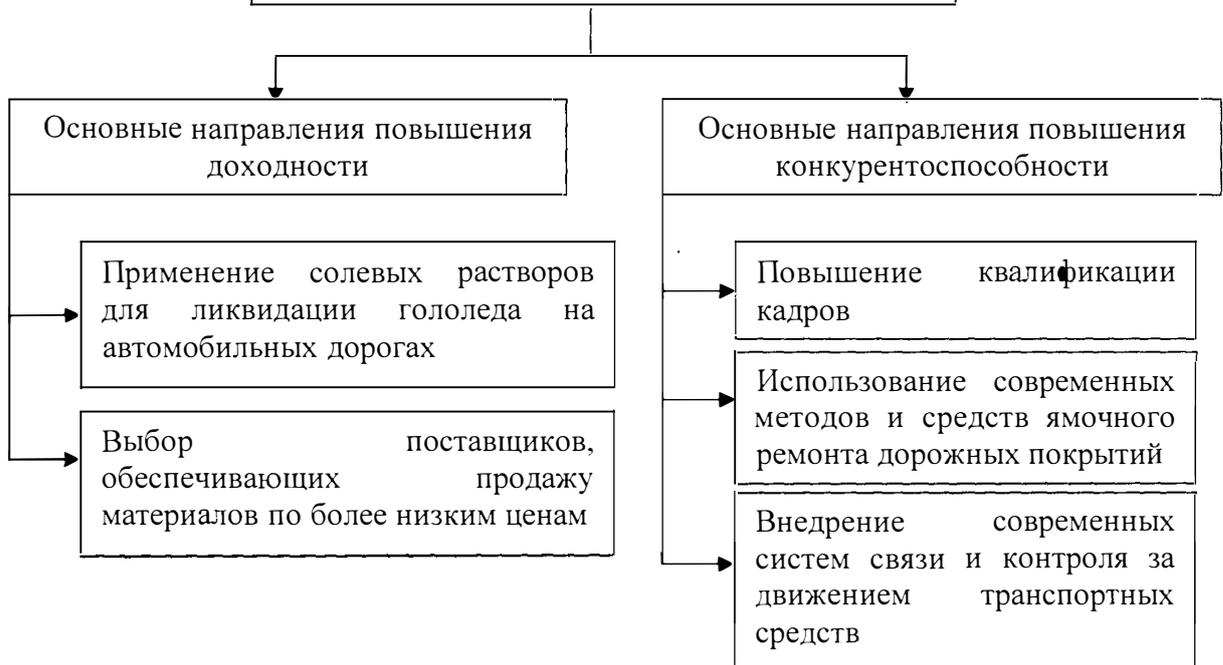
Дерево проблем ПОФ РГП «Казахавтодор»



МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ

				<i>Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казхавтотор»)</i>			
				<i>МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ</i>			
	ФИО	Подпись	Дата	<i>ПОФ РГП «Казхавтотор»</i>	Стадия	Лист	Листов
					У	9	10
Магистрант	<i>Гульям О.А.</i>	<i>[Подпись]</i>	<i>15.06.09</i>	<i>Дерево проблем ПОФ РГП «Казхавтотор»</i>	<i>группа Эк-21м</i>		
Руководитель	<i>Кашук Л.И.</i>	<i>[Подпись]</i>	<i>15.06.09</i>				
Н-контр	<i>Кадырова А.С.</i>	<i>[Подпись]</i>	<i>16.06.09</i>				
Зав. каф.	<i>Арынов З.А.</i>	<i>[Подпись]</i>	<i>16.06.09</i>				

Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли



МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ

				Повышение доходности и конкурентоспособности предприятия (на примере ПОФ РГП «Казахавтдор»)			
				МД.6N0506.2201.1312.1-01/2646.02.09.ГЧ			
	ФИО	Подпись	Дата	ПОФ РГП «Казахавтдор»	Стадия	Лист	Листов
					У	10	10
Магистрант	Гульм О.А.		15.06.09	Механизмы повышения доходности и конкурентоспособности предприятий дорожно-строительной отрасли	группа ЭК-21м		
Руковод.	Кашук Т.И.		15.06.09				
Н-контр	Кадырова А.С.		19.06.09				
Зав. каф.	Арынова З.А.		16.06.				