Смирнов Петр Ильич Методика выбора легковых автомобилей на основе оценки эксплуатационных затрат

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

кандидат наук Смирнов Петр Ильич

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ

1. АНАЛИЗ СОСТОЯНИЯ ВОПРОСА

1.1. Основные направления развития вопроса

1.2. Анализ подходов к оценке качества автомобилей

1.3. Общая методика оценки легковых автомобилей на стадии выбора

1.4. Общие методические моменты оценки уровня конкурентоспособности

1.5. К вопросу оценки топливной экономичности легковых автомобилей

1.6. Выбор объектов исследования и действующие ограничения

1.7. Выводы по первой главе

2. РАЗРАБОТКА КРИТЕРИЕВ СИСТЕМЫ ОЦЕНКИ 49 КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЛЕГКОВЫХ АВТОМОБИЛЕЙ

2.1. Анализ действующей конкурентной среды

2.2. Анализ уровня конкурентоспособности по нормативным показателям

2.3. Анализ уровня конкурентоспособности по технико-экономическим 61 показателям

2.3.1. Модель оценки эффективности ЛА не участвующих в основном 65 производственном процессе

2.3.2. Методологические подходы к оценке интегрального показателя 68 конкурентоспособности по ТЭП

2.3.3. Метод расчета интегрального показателя конкурентоспособности по 76 ТЭП

2.4. Анализ уровня конкурентоспособности по показателям 80 потребительской привлекательности

2.5. Анализ уровня конкурентоспособности по состоянию системы 84 фирменного обслуживания и приспособленности к поддержанию в исправном техническом состоянии

2.5.1. Методологические подходы и критерии оценки

2.5.2. Метод оценки СФО ЛА по экономическим параметрам

2.5.3. Модель расчета суммарных затрат на ТО ЛА

2.5.4. Итоговый метод оценки ЛА по показателям СФО

2.6. Модель прогнозной оценки остаточной (ликвидационной) стоимости ЛА

2.7. Выводы по второй главе

3. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

3.1. Цель и задачи экспериментальных исследований

3.2. Методика проведения экспериментальных исследований

3.2.1. Общая методика экспериментальных исследований

3.2.2. Планирование эксперимента

3.3. Натурный эксперимент для разработки метода анализа телематических 117 данных

3.3.1. Общая методика экспериментальных исследований

3.3.2. Разработка метода и алгоритма обработки экспериментальных данных 120 3.3.3 К вопросу влияния режимов движения на величину расхода топлива 123 ЛА

3.4. Структура средств технического обеспечения исследуемой задачи и 126 программные средства

3.5. Исходные данные и планирование основного эксперимента

3.6. Модель изменения расхода топлива ЛА

3.6.1. Общая математическая модель

3.6.2. Результаты моделирования и апробация модели

3.7. Выводы по третьей главе

4. ИТОГОВАЯ МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

4.1. Итоговая методика оценки ЛА

4.2. Апробация разработанной методики оценки ЛА

4.3. Результаты апробации методики оценки ЛА 156 ОБЩИЕ ВЫВОДЫ 158 ЗАКЛЮЧЕНИЕ 160 СПИСОК СОКРАЩЕНИЙ И УСЛОВНЫХ ОБОЗНАЧЕНИЙ 162 СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 163 ПРИЛОЖЕНИЯ

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Предлагаемая нами усовершенствованная методика оценки ЛА является более практичной и удобной для использования для применения на стадии выбора модели, оптимальной для заданных условий.

Причем для определения уровня конкурентоспособности по показателям системы сервисного обслуживания используются статистические данные о показателях, влияющих на величину затрат при эксплуатации автомобилей. Потребитель, приобретая автомобиль, учитывает не только его качественные характеристики, но и то, как организовано его фирменное сервисное обслуживание. Согласно анализу потребительских предпочтений большим спросом пользуются автомобили тех изготовителей, которые имеют развитую и лучше организованную сеть фирменных сервисных предприятий. Кроме того, в современных условиях, когда технический уровень автомобилей находится примерно на одном и том же уровне, на передний план выходят как раз сервисные показатели. Применительно к автомобилям это периодичность технического обслуживания, его объем и стоимость работ, величина и полнота гарантийных обязательств, доступность и стоимость запасных частей, наличие их аналогов у сторонних производителей, возможность послегарантийного обслуживания и т.д.

Следует отметить, что в отечественной науке данные вопросы стали подниматься сравнительно недавно, причем в основном в публикациях экономистов и специалистов по маркетингу. Если же говорить о зарубежных исследованиях, то понимание, что конкурентоспособность товара неотделима от уровня сервиса и во многом определяется именно им. Сдвиги в российском понимании данного опроса можно охарактеризовать как "поворот производителя лицом к потребителю" и, в первую очередь, связать как с относительным насыщением автомобильного рынка и соответственно с удовлетворением более высокоранговой потребности к передвижению, так и с достаточно ощутимым падением спроса на автомобили в 2014-2015 гг. и возрастанием конкурентной борьбы производителей, заставившей искать новые подходы для стимуляции спроса. Система сервисного обслуживания и раньше была одним из критериев выбора автомобиля, однако это проявлялось в полной мере практически только на рынке грузовой и спец. техники. Неслучайно, что наиболее полные исследования этого вопроса появились именно в многочисленных работах Х.А. Фасхиева, посвященных, в первую очередь, оценке конкурентоспособности грузовой техники.

Выбор модели анализа автомобилей с учетом оценки системы их сервисного обслуживания и прогнозной оценки стоимости эксплуатации на основе данных параметров даст возможность специалистам иметь подробную информацию при выборе оптимальной модели для формирования парка конкурентоспособного на существующем рынке предприятия