

На правах рукописи

Кривенко Андрей Анатольевич

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ РАЗВИТИЯ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
В СФЕРЕ ПРОДАЖ АВТОМОБИЛЕЙ
В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА**

Специальность: 08.00.05 – Экономика и управление
народным хозяйством: экономика предпринимательства

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Ставрополь – 2011

Работа выполнена в ФГОУ ВПО
«Ставропольский государственный аграрный университет»

Научный руководитель: доктор экономических наук, доцент
Шуваев Александр Васильевич

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Давыдянец Давид Ервандович

кандидат экономических наук
Барангов Артур Басанович

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Новгородский государственный
университет им. Ярослава Мудрого»

Защита состоится «___» июня 2011 г. в _____ часов на заседании диссертационного совета Д 220.062.04 при ФГОУ ВПО «Ставропольский государственный аграрный университет» по адресу: 355017, г. Ставрополь, пер. Зоотехнический, 12, ауд. 3.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке ФГОУ ВПО «Ставропольский государственный аграрный университет», с авторефератом – на сайте университета: www.stgau.ru.

Автореферат разослан «___» мая 2011 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

М. Ю. Казаков

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. Мировой экономический кризис выдвинул на первый план вопросы обеспечения устойчивости развития предпринимательской деятельности. Особенно обострилась проблема сбыта продукции во всех сферах бизнеса. Конкурентные преимущества получают предприниматели, способные модифицировать процесс продаж, в том числе и за счет совершенствования предпродажной подготовки, постпродажного обслуживания заказчиков, развития дилерской и сервисно-сбытовой сети.

Ярким примером деструктивного влияния экономического кризиса стало обострение конкурентной борьбы на мировом и отечественном автомобильном рынке, которое привело к падению объема продаж новых автомобилей отечественными предпринимательскими структурами в 2009–2010 гг. на 40 % по сравнению с докризисным уровнем. В этой связи важнейшее значение приобретает создание такой модели сбытовой предпринимательской деятельности, которая будет способствовать обеспечению устойчивого характера функционирования всего отраслевого комплекса даже под воздействием негативных макроэкономических факторов.

Необходимость исследования теоретических и методических вопросов обеспечения устойчивости развития предпринимательской деятельности в условиях экономического кризиса, недостаточная научная проработка данных вопросов применительно к различным сферам ведения бизнеса, а также высокая практическая значимость этих проблем обуславливают несомненную актуальность избранной темы диссертационного исследования.

Степень разработанности проблемы. В современной экономической литературе вопросам обеспечения устойчивости развития предпринимательской деятельности уделяется все большее внимание. В разработку вопросов теории и практики определения экономической устойчивости значительный вклад внесли такие западные экономисты, как Р. Кэйтс, Дж. Шпангенберг, Э. Лейзеровитц, К. Хопкинс, С. Борон, М. Квизилбаш, К. Мюррей, Дж. Бургесс.

В России аспектам обеспечения устойчивого развития предпринимательства посвящены работы Г. Я. Беляковой, О. Г. Бодрова, В. А. Малыгина, С. Ю. Ветлугина, О. Н. Зайцева, Е. В. Корчагиной, О. И. Митяковой, А. Д. Канчавели, А. А. Колобова. Вопросам повышения эффективности предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей уделяется внимание такими авторами, как А. А. Белехов, И. В. Гамазин, С. А. Дмитриев, П. А. Яковлев, А. А. Никонова и др. Пути повышения конкурентоспособности автосервисных предпринимательских структур анализируются в работах Т. А. Галкиной, М. А. Балалаева, А. Ю. Орехова, А. Н. Семеновой.

Вместе с тем процесс поиска путей повышения устойчивости предпринимательской деятельности, в том числе и в условиях дестабилизиру-

ющего влияния макроэкономических факторов, не прекращается. Он находится на стадии теоретического осмысления и практической апробации найденных подходов.

Актуальность темы диссертационной работы, недостаточная степень ее научной разработанности, предопределили ее выбор, постановку цели и задач исследования.

Соответствие темы диссертации требованиям Паспорта специальностей ВАК Министерства образования и науки РФ (по экономическим наукам). Исследование выполнено в рамках специальности 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством: экономика предпринимательства и соответствует пункту 8.22 «Обеспечение устойчивости развития предпринимательских структур в условиях экономического кризиса» Паспорта специальностей ВАК Министерства образования и науки РФ (по экономическим наукам).

Цель и задачи исследования. Целью диссертационной работы является развитие теоретико-методических основ и разработка практических рекомендаций по обеспечению устойчивого развития предпринимательской деятельности в сферах, в наибольшей степени подвергшихся влиянию экономического кризиса.

В соответствии с данной целью в диссертации были поставлены следующие задачи:

- уточнить сущность устойчивого развития предпринимательской деятельности и охарактеризовать процесс его обеспечения в условиях экономического кризиса;
- проанализировать состояние и тенденции развития предпринимательства в сфере продаж автомобилей;
- выявить факторы, препятствующие устойчивому развитию бизнеса на автомобильном рынке в условиях экономического кризиса;
- разработать предложения по диверсификации сбытовой предпринимательской деятельности;
- обосновать рекомендации по информационно-аналитической поддержке процесса обеспечения устойчивого развития предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей;
- усовершенствовать систему авторециклинга как перспективной меры поддержки предпринимательства в условиях экономического кризиса.

Объектом исследования выступили предпринимательские структуры, функционирующие в сфере продаж автомобилей.

Предметом исследования являются теоретические аспекты, а также факторы и организационно-экономические возможности обеспечения устойчивого развития предпринимательской деятельности в условиях экономического кризиса.

Теоретической и методологической базой исследования стали научные работы российских и иностранных ученых по вопросам устойчивого развития предпринимательской деятельности в условиях кризиса, функционирования и развития сбытового предпринимательства на автомобильном рынке. При проведении настоящего исследования применялись различные методы, в том числе аналитический, экономико-статистический, абстрактно-логический, расчетно-конструктивный, сравнительный, факторный анализ, метод группировок, анкетирование.

Информационную базу исследования составили данные Федеральной службы государственной статистики РФ и ее территориального органа в Ставропольском крае, Министерства экономического развития Ставропольского края, отчетная документация исследуемых сбытовых предпринимательских структур, материалы научно-практических конференций и научных периодических изданий, ресурсы сети Internet, а также информация, собранная лично автором в процессе исследования сбытовых предпринимательских структур на автомобильном рынке, часть которой проанализирована и обобщена впервые.

Научная новизна исследования заключается в развитии теоретических положений и выработке практических рекомендаций по организации процесса, направленных на обеспечение устойчивого развития предпринимательской деятельности на автомобильном рынке в условиях экономического кризиса.

К числу наиболее значимых результатов, содержащих элементы приращения научного знания в исследуемой области и выносимых на защиту, относятся следующие:

- представлено авторское понимание процесса обеспечения устойчивости развития предпринимательской деятельности в условиях кризиса, основанное на активизации предпринимательских способностей и доминирующей системовоспроизводящей роли коммерческой компоненты экономической устойчивости, являющееся методической основой для разработки антикризисных программ различных отраслевых комплексов;
- выявлены и систематизированы основные факторы, определяющие снижение устойчивости предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей в условиях кризиса, сгруппированные по общеэкономическому и отраслевому характеру, что позволило уточнить направления диверсификации бизнеса;
- обоснована необходимость применения концепции 4S как формы диверсификации предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей путем развития сопряженных направлений (торговля запасными частями, подержанными автомобилями и оказание сервисных услуг), способствующей повышению устойчивости по-

- лучения дохода за счет совокупности эффектов масштаба и охвата, а также прозрачности бизнеса;
- предложена система информационно-аналитического обеспечения процессов управления устойчивостью предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей, содержащая структурированный порядок аналитических действий, выполняемых в ходе этапов общей и детализированной оценки предпринимательской деятельности и параметров ее устойчивости, что позволило обосновать возможность агрегированного применения полученных результатов анализа с целью формирования банка экономических прецедентов и готовых управленческих решений;
 - даны рекомендации организационно-экономического характера по совершенствованию схемы авторециклинга, в части изменения схем движения документов, денежных и материальных потоков, позволяющие повысить экономическую заинтересованность всех ее участников, стимулировать потребительский спрос на новые автомобили, обеспечить занятость утилизирующих предпринимательских структур и повысить устойчивость предпринимательства в отрасли.

Практическая значимость работы заключается в том, что содержащиеся в ней теоретические и методические разработки, выводы и предложения доведены до конкретных практических рекомендаций, которые могут быть использованы для решения вопросов повышения устойчивости предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей. Результаты исследования могут также послужить основой для разработки целевых программ и нормативных документов, регламентирующих функционирование сервисно-сбытовых предпринимательских структур на региональных автомобильных рынках.

Результаты исследования могут быть использованы в учебном процессе в преподавании экономических дисциплин «Организация предпринимательской деятельности», «Антикризисное управление».

Рекомендации по диверсификации деятельности сбытовой предпринимательской структуры прошли практическую апробацию в ООО «Пальма» и рекомендованы к внедрению (справка о внедрении от 11 марта 2011 г.).

Апробация результатов исследования. Основные теоретические и практические выводы и предложения исследования докладывались и обсуждались на международных и всероссийских научно-практических конференциях Ставропольского государственного аграрного университета (2009–2011), Новосибирского государственного технического университета (2009), Пензенской государственной сельскохозяйственной академии (2011).

Публикации. По теме диссертационного исследования автором опубликовано 13 научных работ общим объемом 4,7 п. л., из них 4 – в журналах, рекомендованных ВАК России.

Объем и структура диссертации обусловлены целью и задачами, поставленными и решенными в ходе исследования. Работа изложена на 182 страницах машинописного текста, содержит 13 таблиц, 23 рисунка, 3 приложения. Состоит из введения, трех глав, заключения, приложений. Библиографический список включает 156 наименований.

Во введении обоснованы актуальность темы исследования, степень изученности проблемы, сформулированы цели и задачи работы, указаны предмет и объект исследования, отражены его научная новизна и практическая значимость.

В первой главе «Теоретические основы устойчивого развития предпринимательской деятельности» рассмотрена экономическая сущность устойчивого развития предпринимательства; исследованы критерии оценки устойчивости предпринимательской деятельности в условиях экономического кризиса; раскрыты условия обеспечения устойчивого развития предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей.

Во второй главе «Анализ развития предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей» представлена характеристика тенденций развития предпринимательской деятельности в условиях кризиса; проведен анализ деятельности сбытовых предпринимательских структур на автомобильном рынке; дана характеристика факторов, оказывающих влияние на устойчивость предпринимательской деятельности в сфере продаж.

В третьей главе «Направления обеспечения устойчивости развития предпринимательства на автомобильном рынке» даны рекомендации по диверсификации сбытовой предпринимательской деятельности; разработаны концептуальные основы системы информационно-аналитического обеспечения управления устойчивостью развития бизнес-структур; усовершенствована схема авторециклинга как инструмента повышения устойчивости продаж автомобилей в условиях кризиса.

В выводах и предложениях обобщены основные результаты проведенного исследования и изложены конкретные практические рекомендации по их дальнейшему использованию.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Предпринимательская деятельность в условиях рецессии мировой экономики рассматривается с позиций необходимости повышения устойчивости развития. Однако, несмотря на актуальность изучения данной проблематики, единого понимания устойчивости развития и факторов ее обеспечения, в полном объеме отражающего специфику этого явления, выработано не было.

Исследовав многообразие взглядов в данной области, автором было установлено, что экономическая устойчивость представляет многоком-

понтное явление, к граням которого следует отнести финансовую, производственно-техническую, коммерческую, организационную, инновационную и социальную устойчивость. В работе обосновано, что в условиях кризиса начинает доминировать коммерческая компонента, что обусловлено резким спадом доходов, направляемых на потребление. Для обеспечения устойчивости, и в первую очередь, в области продаж, важнейшее значение приобретают предпринимательские факторы: инициативность, гибкость и адаптивность, новаторство субъекта бизнеса.

В работе доказано, что в качестве модельного объекта исследования предпринимательского поведения в условиях кризиса целесообразно использовать сферу производства и продажи автомобилей, в которой влияние кризиса проявилось наиболее масштабно в силу того, что данный вид товаров не относится к категории первой необходимости. Еще одной причиной изучения устойчивости развития предпринимательской деятельности и механизмов её обеспечения на примере данной сферы является то, что ее коммерческая компонента, формирующаяся в сфере продаж автомобилей дилерскими структурами, выступает системовоспроизводящим элементом для всего автомобилестроительного комплекса.

Базируясь на изложенных теоретических положениях, а также на исследовании особенностей предпринимательства в сфере продаж автомобилей, в работе предложено определение процесса обеспечения устойчивости развития предпринимательской деятельности в условиях кризиса. По мнению автора, это иницилируемая под влиянием внешних возмущений трансформация предпринимательского поведения, направленная на использование потенциала диверсификации, совершенствование системы управления и коррекционно-замещающих, а также других антикризисных инструментов, осуществляемая в целях удержания объема продаж в стоимостном выражении на необходимом уровне, достаточном для обеспечения сбалансированного роста (или стабильного состояния) всех элементов отраслевого комплекса.

Как показало проведенное исследование, последнее десятилетие характеризовалось динамичным развитием сферы продаж автомобилей в России. В течение 2005–2008 гг. отечественный автомобильный рынок по своему объему вышел на восьмое место в мире. Негативное влияние экономического кризиса сказалось на сокращении объема реализации новых автомобилей иностранного и российского производства на территории России практически в два раза в 2009 г. по сравнению с 2008 г. (рис. 1).

Существенные изменения происходят в составе предпринимательских формирований, действующих на данном рынке. Если в 2000–2005 гг. продажей автомобилей в нашей стране занимались в основном мелкие и средние бизнес-структуры, то начиная с 2005 г. отчетливо проявляется тенденция укрупнения масштабов деятельности отечественных дилеров.

В 2010 г. на долю 10 ведущих предпринимательских структур пришлось более 20 % всего объема продаж новых автомобилей на территории России. В условиях кризиса они проявили более высокую степень устойчивости, используя гибкую сбытовую политику, построенную на разветвленной дилерской сети и учитывающую региональную специфику спроса.

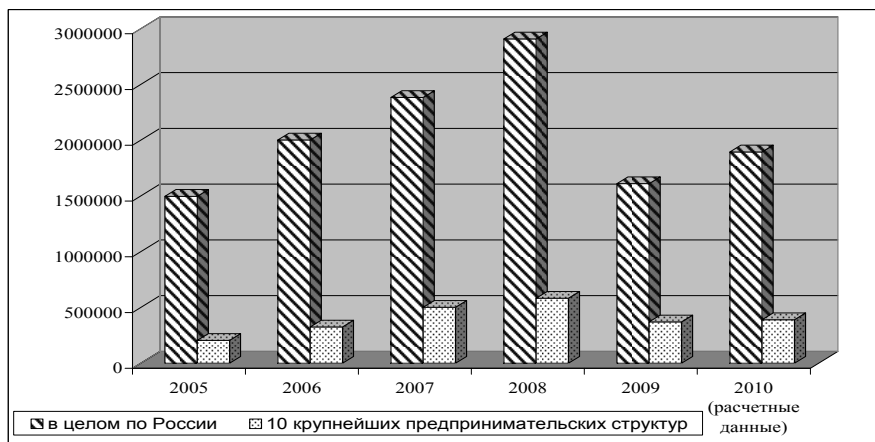


Рисунок 1 – Количество новых автомобилей, проданных сбытовыми предпринимательскими структурами в России в 2005–2010 гг., шт.

В силу территориальной протяженности страны и ее географического расположения между крупнейшими мировыми автомобильными рынками Западной Европы и Азии, объемы продаж автомобилей по регионам России значительным образом отличаются. На долю Москвы и Санкт-Петербурга приходится 43,1 % всех продаж новых автомобилей. Крупные предпринимательские структуры в поисках новых рынков сбыта в дополнение к уже насыщенному автомобильному рынку столицы постепенно начинают свое вхождение в регионы. Именно данная тенденция в посткризисный период будет доминировать и существенно влиять на устойчивость продаж.

В работе показано, что автомобильный рынок Ставропольского края является достаточно развитым региональным рынком. Его доля составляет 0,7–0,9 % в общероссийском объеме продаж, что сравнимо с показателями подавляющего большинства других регионов, а по количеству представленных на рынке автомобильных марок Ставропольский край является одним из лидеров. Сбытовая предпринимательская активность на автомобильном рынке Ставропольского края высока, продажи затрагивают и соседние республики Северного Кавказа.

Рост продаж автомобилей в Ставропольском крае, как и в целом по стране, в течение кризисного 2008 г. наблюдался только в первые месяцы,

однако уже в то время он был обеспечен, главным образом, поставками покупателям автомобилей наиболее дефицитных марок, заказанных в 2007 г. С мая 2008 г. на автомобильном рынке Ставропольского края стали наблюдаться первые признаки спада, обусловленные рядом причин.

Для выявления и систематизации факторов, ограничивающих устойчивый рост продаж и оказавших наиболее заметное влияние на сокращение предпринимательского дохода в период кризиса, был проведен экспертный опрос руководителей и специалистов 27 предпринимательских структур, результаты которого приведены на рис. 2. Анализ этих данных показывает, что из всех рассмотренных факторов воздействию непосредственно со стороны субъектов бизнеса, функционирующих в сфере продаж автомобилей, подлежит только спектр услуг, предлагаемых сбытовыми предпринимательскими структурами, в том числе на вторичном рынке.



Рисунок 2 – Факторы, определяющие снижение устойчивости предпринимательской деятельности в сфере продаж автомобилей в условиях кризиса

Изучение опыта развитых в экономическом отношении стран показало, что диверсификация является одним из наиболее перспективных путей повышения устойчивости предпринимательской деятельности на автомобильных рынках. Она требует проявления инициативности и гибкости в ведении бизнеса и основана на управлении качеством предоставляемых услуг, рациональном размещении сбытовых структур и совмещенных с ними автосервисных предприятий.

Ведущие дилеры создают комплексы с демонстрационным залом (Sales), станцией технического обслуживания (Service) и магазином по продаже запчастей (Spare parts). Такая форма сбалансированной диверсификации в сфере продажи автомобилей получила название концепции 3S.

Российские предприниматели в значительной степени отстают в формировании оптимального баланса видов деятельности на основе данной концепции, что отрицательно сказывается на устойчивости получения доходов. Так, структура доходов среднего дилера в США имеет соотношение между составляющими от продажи автомобилей, запчастей и технического обслуживания как 40:18:22. Кроме того, в структуре доходов еще 20 % приходится на финансовые услуги (кредит, страхование и т. д.). Подобное соотношение у отечественного среднего дилера выглядит как 75:11:9, а финансовые услуги занимают не более 5 % в структуре дохода.

В наибольшей степени недостаточная диверсификация отражается на устойчивости деятельности малых и средних бизнес-структур, что подтверждают данные таблицы 1. Поэтому представители группы I и группы II, занимая в совокупности всего 1,8 % рынка новых автомобилей, предпочитают уходить в сферу сервисного сопровождения и продажи запасных частей и комплектующих, где за счет своего малого размера и гибкости получают более высокую рентабельность (до 28,9 %).

Таблица 1 – Группировка предпринимательских структур Ставропольского края (в среднем за 2005–2010 гг.)

Группы	Количество проданных автомобилей, шт.	Количество предпринимательских структур в группе, ед.	Коэффициент вариации продаж автомобилей, %	Уровень рентабельности основной деятельности, %	Уровень рентабельности дополнительной деятельности, %
I группа	От 0 до 10	10	70,2	11,5	28,9
II группа	От 11 до 100	6	59,7	19,0	27,0
III группа	От 101 до 500	11	33,4	26,4	21,3
IV группа	От 501 до 1500	10	22,2	33,7	19,4
V группа	Свыше 1501	2	26,8	32,8	19,5
Всего	–	39	42,5	24,7	23,2

Как показал проведенный в диссертации анализ, автомобильный рынок Ставропольского края в значительной мере сегментирован. Это касается как спроса на автомобили различных марок, так и дифференциации самих предпринимательских структур в зависимости от их размера, специфики деятельности и ориентации на определенные целевые группы потребителей, отличающихся, в первую очередь, уровнем доходов.

С этой точки зрения актуальным для российских предпринимателей, занимающихся бизнесом в сфере продаж автомобилей, является еще одно направление диверсификации. У среднего дилера в США доходы от продажи новых и поддержанных автомобилей соотносятся как 1:0,6, в то время как у российского – 1:0,07. Таким образом, для российских условий актуальной является трансформация концепции 3S в концепцию 4S, предполагающую развитие продаж не только новых, но и поддержанных (Second hand) автомобилей. Такой подход позволит сократить масштабы использования «серых» схем, легитимизировать сделки и повысить прозрачность бизнеса на вторичном рынке.

Расчеты, проведенные на примере 16 предпринимательских структур, относящихся к группам I и II по количеству проданных автомобилей (табл. 1), показали, что применение рекомендуемой концепции диверсификации способствует повышению запаса финансовой прочности ведения бизнеса, что является определяющим критерием обеспечения устойчивости сбытовой предпринимательской деятельности. Прогнозируемое улучшение результатов обусловлено эффектом экономии как за счет масштабов деятельности, так и за счет охвата числа покупателей автомобилей благодаря доступности запасных частей и возможности их установки непосредственно в месте покупки и сервисного обслуживания автомобиля (табл. 2).

Однако для эффективного применения концепции 4S необходимы внутриорганизационные управленческие новации, в том числе наличие адекватных механизмов информационно-аналитического обеспечения предпринимательских структур для принятия ими соответствующих управленческих решений, что особенно важно в условиях проявления кризисных явлений в экономике. Методическое несовершенство существующих подходов к подготовке подобной информационно-аналитической базы состоит в «отрыве» от сущностно-специфических особенностей отрасли, рискованного характера самой предпринимательской деятельности, что не позволяет учесть влияние факторов, снижающих устойчивость ведения бизнеса, колебание экономической конъюнктуры и потребительских предпочтений на соответствующем рынке.

В связи с этим в работе предложена система информационно-аналитического обеспечения управления устойчивостью предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей, состоящая из трех блоков. Она позволяет эффективно использовать достоверную и репрезентативную информацию, полученную в рамках общей и детализированной оценки устойчивости, что в конечном итоге дает возможность сформировать банк готовых экономических решений в соответствии с обобщенными результатами реализации аналитических действий (рис. 3).

Таблица 2 – Расчет эффекта диверсификации предпринимательской деятельности малых и средних бизнес-структур, тыс. руб.

Показатель	Фактически в 2009 г.						Прогноз результатов диверсификации по концепции 4S				Прогнозный уровень в % к 2009	
	Итого	продажа автомобилей		Итого	техническое обслуживание	про-дажа запас-ных частей	Итого	продажа автомобилей		про-дажа запас-ных частей		техни-ческое обслу-живание
		всего	в т. ч. подер-жанных					всего	в т. ч. подер-жанных			
Выручка от продаж	27152	18554	2783	5120	3478	5120	33720	20680	6500	7940	5100	124,2
Маржинальный доход	12357	4824	724	4403	3130	4403	15284	4756	2145	6193	4335	123,7
Прибыль от продаж	4577	2765	390	972	840	972	6350	3516	975	1509	1326	138,7
Порог рентабельности	11947	7989	1113	3986	2558	3986	14837	5170	1885	3414	2295	124,2
Запас финансовой прочности, %	56	57	60	22	26	22	64	75	71	57	55	–

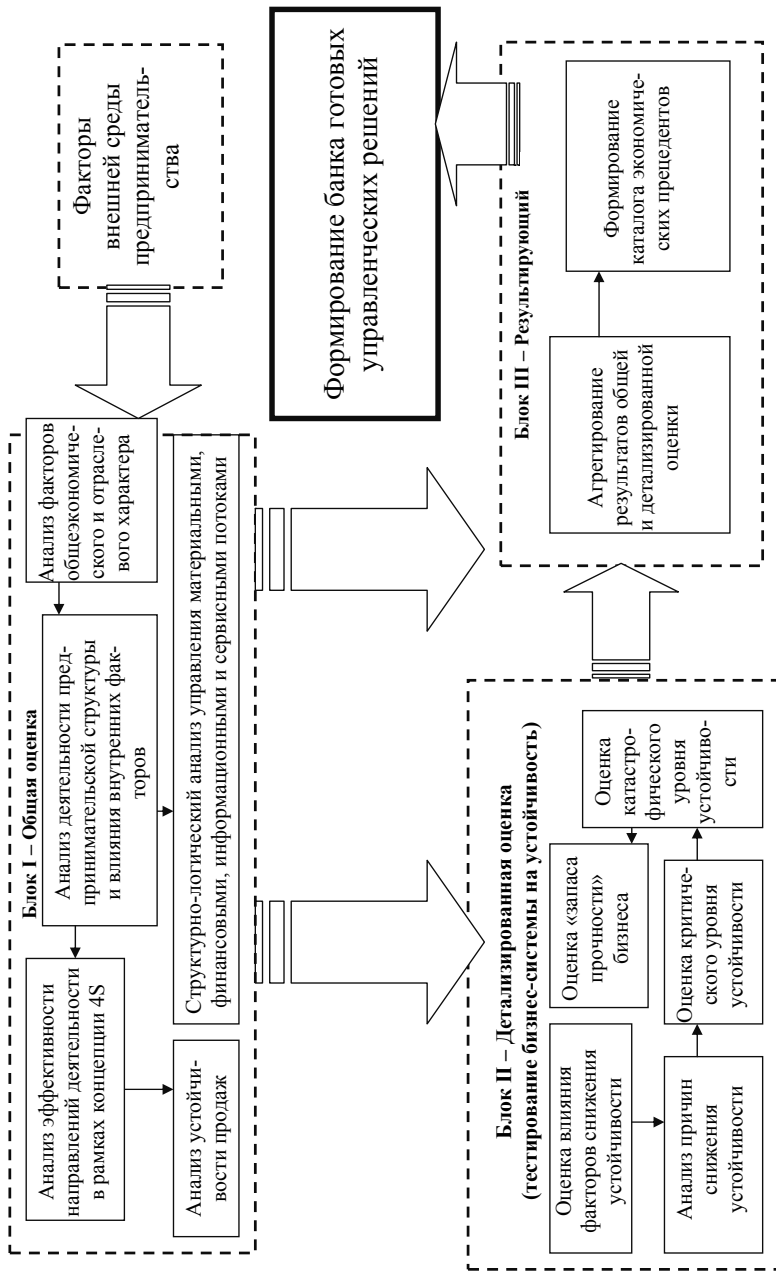


Рисунок 3 – Система информационно-аналитического обеспечения управления устойчивым развитием предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей

Результатом внедрения предлагаемой системы является выработка управленческих решений по обеспечению устойчивого развития предпринимательской деятельности. Сформированные банки экономических прецедентов и соответствующих им готовых управленческих решений позволяют сократить время реагирования на резкие изменения в бизнес-среде, что можно рассматривать как дополнительный инструмент повышения конкурентоспособности.

Одним из основных факторов снижения устойчивости продаж является падение платежеспособного спроса на новые автомобили. В условиях экономического кризиса данная негативная тенденция усугубляется переориентацией населения на более дешевые подержанные автомобили, спадом объемов автомобильного кредитования и, как следствие, – общим старением автомобильного парка страны. Средний возраст автомобилей составляет 13–15 лет, а почти 16 % всех автомобилей по итогам 2010 г. оказались старше 15 лет. Доля же новых автомобилей (до 5 лет) составляет всего пятую часть отечественного автопарка.

В этой связи перспективной мерой обеспечения устойчивости продаж автомобилей является развитие авторециклинга, то есть утилизация подержанного автомобиля при покупке нового с возмещением части стоимости. Она относится к категории коррекционно-замещающих антикризисных инструментов.

В ходе исследования нами были изучены схемы утилизации автомобилей развитых стран мира (Германии, Нидерландов, США, Японии). Данные программы не только стимулируют продажу новых автомобилей, но и создают качественно новые формы взаимодействия между сбытовыми и сервисно-обслуживающими предпринимательскими структурами.

Даже в условиях экономического кризиса 2008–2009 гг. программы утилизации в развитых странах позволили удержать уровень продаж на докризисном уровне и даже обеспечивать их рост (к примеру, на 14,7 % в Нидерландах и на 3,2 % в Германии в 2009 г.).

Резкое падение объемов продаж новых автомобилей в условиях экономического кризиса, неустойчивое положение большинства сбытовых предпринимательских структур и предбанкротное положение отечественных автопроизводителей обусловили необходимость ввода в действие отечественной программы авторециклинга в 19 регионах страны. Учитывая данные о возрастной структуре отечественного автомобильного парка, под действие программы по утилизации попали 48,5 % всех легковых автомобилей (или более 16,7 млн штук). Схема реализуемой в настоящее время отечественной системы авторециклинга представлена на рисунке 4.



Рисунок 4 – Существующая схема авторециклинга, реализуемая Правительством РФ в 2010–2011 гг.

По оценкам агентства «Автостат», за время действия программы утилизации она обеспечила порядка 22 % продаж автомобилей в России. По данным Министерства экономического развития, объем выпуска автомобилей в России в 2010 г. вырос на 95,7 %.

Однако, несмотря на позитивные результаты, мы считаем необходимым выделить ряд существенных недостатков и потенциальных проблем реализации данной схемы, которые могут оказать существенное влияние на устойчивость отечественных предпринимательских структур в сфере производства и продажи автомобилей:

1. Слабая заинтересованность владельцев старых автомобилей в отказе от их использования.
2. Отсутствие стимулов для сбытовых бизнес-структур к участию в государственной программе утилизации.
3. Недостаточная мотивированность утилизирующих предпринимательских формирований в приеме на переработку от населения старых автомобилей.
4. Отсутствие развитой и удобной для всех участников инфраструктуры сбора, эвакуации и переработки старых автомобилей.

Предпринимательские формирования, участвующие в программе, должны иметь собственные мощности для приема и складирования старых автомобилей, самостоятельно и за свой счет осуществлять передачу принятых автомобилей в утилизирующие организации, что могут осуществить только крупные дилеры. Такого рода деятельность не является основной для предпринимателя, отвлекает его ресурсы непосредственно от продаж автомобилей и, следовательно, является потенциальным источником снижения общей устойчивости его деятельности.

Опыт всех стран мира, использующих системы авторециклинга, подтверждает, что их применение не является экономически выгодным напрямую. Предпринимательская деятельность в сфере утилизации убыточна, поэтому заинтересованность утилизирующих бизнес-структур в принятии на переработку старых автомобилей возможно сформировать только за счет покрытия части издержек данного процесса со стороны государственного бюджета, что в существующей схеме не предусмотрено.

Проблема финансирования системы авторециклинга является одной из наиболее острых. Кроме резервирования в бюджете государства средств для стимулирования собственников старых автомобилей к их утилизации, целесообразно соответствующее развитие инфраструктуры, необходимой для сбора, эвакуации и переработки. Имеющаяся инфраструктура рассчитана на объем в 15–20 % утилизируемых автомобилей, остальные же вынуждены хранить дилеры.

С учетом результатов проведенного исследования в работе предложен ряд корректировок существующей схемы авторециклинга в целях обеспечения устойчивого роста продаж автомобилей и, как следствие, повышения устойчивости самих предпринимательских формирований (рис. 5).

Предлагаемая усовершенствованная схема авторециклинга имеет следующие отличия.

Во-первых, собственник автомобиля самостоятельно передает свой автомобиль на утилизацию либо через специализированные эвакуационные службы, либо напрямую в утилизирующие организации. Это освобождает дилера от несвойственной деятельности и сокращает финансовые потери.

Во-вторых, сертификат о проведенной утилизации автомобиля по ее окончании передается утилизирующей организацией не сбытовой предпринимательской структуре, а собственнику автомобиля. Это дает собственнику автомобиля возможность обратиться со своим сертификатом к любому дилеру за покупкой нового автомобиля, что стимулирует проявление инициативы со стороны предпринимателя.

В-третьих, передача функций по принятию от населения автомобилей и их подготовке к утилизации от дилеров к специализированным предпринимательским структурам способствует развитию этого вида предпринимательской деятельности в отрасли.

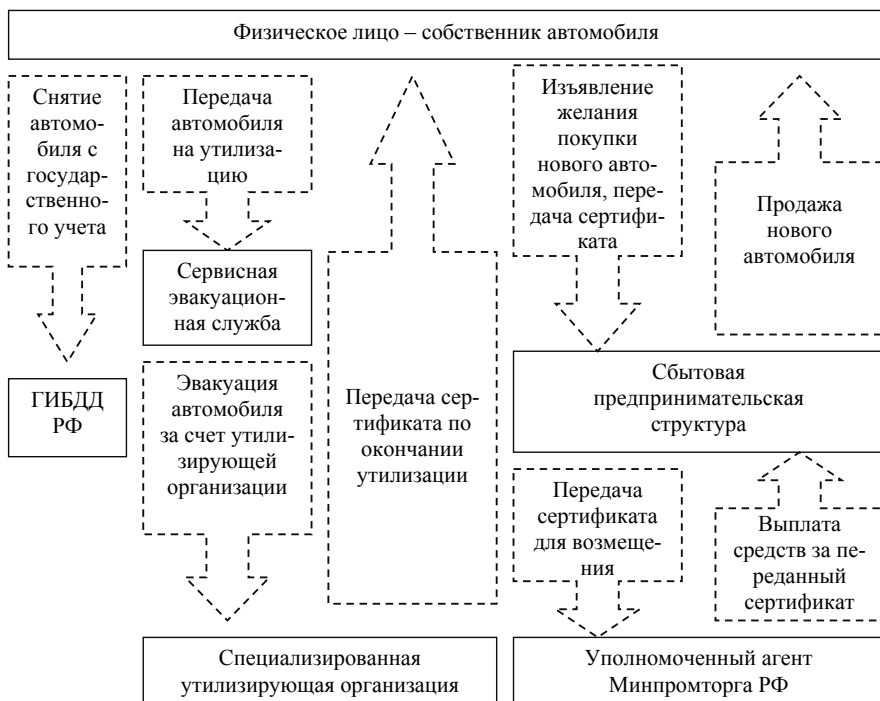


Рисунок 5 – Предлагаемая усовершенствованная схема авторециклинга как перспективная мера обеспечения устойчивости продаж автомобилей

В результате введения предлагаемых нововведений рекомендации собственники автомобилей в качестве преимуществ получают возможность самостоятельно управлять своими издержками по утилизации, сокращая тем самым временной лаг между сдачей автомобиля в утилизацию и покупкой нового у любого дилера при передаче ему сертификата. Сбытовая предпринимательская структура, избавляясь от дополнительных и несвойственных для себя издержек по приему старых автомобилей от населения и организации их утилизации, сохраняет необходимый уровень устойчивости своей деятельности. Отсутствие гарантии покупки автомобилей конкретными покупателями может быть нивелировано общим повышением потребительского спроса на новые автомобили в стране. Утилизирующие предпринимательские структуры, работая на конкурентной основе непосредственно с клиентами, смогут напрямую управлять финансовыми результатами своей деятельности, а не зависеть от отдельных сбытовых предпринимательских структур.

Использование предлагаемых рекомендаций организационно-экономического характера позволит в целом повысить устойчивость автомобильного бизнеса.

В процессе проведения исследования автором сформулированы следующие **выводы**:

1. Процесс обеспечения устойчивости развития бизнеса в условиях кризиса связан с необходимостью более активного использования предпринимательского стиля управления, позволяющего разрабатывать и реализовывать мероприятия, способствующие стабилизации коммерческой деятельности как ключевого фактора развития всех элементов единой отраслевой системы.
2. Предпринимательскую деятельность в сфере продаж автомобилей можно рассматривать как модельный вид бизнеса с точки зрения возможностей выявления и изучения тенденций в снижении устойчивости развития под влиянием кризисных явлений.
3. Несмотря на экономический кризис и его последствия, Россия продолжает оставаться одним из наиболее привлекательных автомобильных рынков мира с самой высокой емкостью среди всех стран Европы. Обеспеченность населения России автомобилями выросла в 2008–2009 гг. на 11,4 % и составила 250 автомобилей на 1 тыс. населения, тогда как в Германии этот показатель равен 662, в США – 989.
4. Одним из факторов, оказывающих наибольшее негативное влияние на устойчивость развития предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей, является падение платежеспособного спроса. Данная тенденция усугубляется переориентацией населения на более дешевые подержанные автомобили, стагнацией сферы автомобильного кредитования и, как следствие, – общим старением автомобильного парка страны, что значительно ограничивает возможности для устойчивого развития данного рынка и отечественной автомобильной промышленности в целом.
5. Автомобильный рынок России является в высокой степени централизованным с доминированием крупных предпринимательских структур. В условиях экономического кризиса это создает дополнительные риски внутренней неустойчивости. Диверсификация бизнеса будет способствовать развитию сектора малого и среднего предпринимательства, росту финансовых результатов деятельности, увеличению числа покупателей автомобилей благодаря доступности запасных частей и сервисного обслуживания и общему повышению устойчивости предпринимательской деятельности.

Для целенаправленного повышения устойчивости развития предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей в качестве антикризисных мероприятий **рекомендуется**:

1. Диверсифицировать деятельность предпринимательских структур на основе модифицированной концепции 4S по сегментам продажи новых и подержанных автомобилей, запасных частей и комплектующих, а также оказанию сервисных услуг, применимой как для крупных предпринимательских структур, так и преимущественно для средних и мелких автомобильных дилеров.
2. Внедрять систему информационно-аналитического обеспечения управления устойчивым развитием предпринимательской деятельности, позволяющую оценить влияние внешних и внутренних факторов, сформировать банк типовых управленческих решений.
3. В целях повышения спроса на новые автомобили и активизации предпринимательской деятельности на данном рынке применять усовершенствованную схему авторециклинга, позволяющую экономически мотивировать к её реализации всех участников.

ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ ОПУБЛИКОВАНЫ СЛЕДУЮЩИЕ НАУЧНЫЕ РАБОТЫ:

Статьи в изданиях, рекомендованных ВАК Минобразования и науки РФ

1. Кривенко, А. А. Особенности построения организационно-экономического механизма функционирования предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей / А. А. Кривенко // Российское предпринимательство. – 2010. – № 2. – Вып. 2. – С. 133–138. – (0,75 п. л.)
2. Кривенко, А. А. Развитие системы авторециклинга как перспективная мера обеспечения устойчивости продаж автомобилей в условиях кризиса / А. А. Кривенко, В. Л. Ерохин // Российский экономический интернет-журнал [Электронный ресурс] : Интернет-журнал АТиСО. – Электрон. журн. – М. : АТиСО, 2010. – Режим доступа : http://www.e-rej.ru/Articles/2010/Erokhin_Krivenko.pdf, свободный. – Загл. с экрана. – (0,5 п. л., в т. ч. лично 0,25 п. л.)
3. Кривенко, А. А. Организационно-экономические предпосылки становления предпринимательства в сфере продажи автомобилей / А. А. Кривенко // Российское предпринимательство. – 2010. – № 11. – С. 77–81. – (0,6 п. л.)

4. Кривенко, А. А. Авторециклинг как эффективный инструмент повышения устойчивости предпринимательской деятельности на автомобильном рынке / А. А. Кривенко // Управление экономическими системами : электронный научный журнал. – 2011. – № 4 (28). – № гос. рег. статьи 0421100034/. – Режим доступа к журн. : <http://uecs.mcnir.ru>. – (0,7 п. л.).

Статьи в сборниках научных трудов

5. Кривенко, А. А. Исторические особенности развития предпринимательства в автомобильной промышленности России / А. А. Кривенко, В. Л. Ерохин // Актуальные проблемы развития современной экономики: теория, методология, практика : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции (г. Ставрополь, 8–10 июня 2009 г.). В 2 т. Т. 2. – Ставрополь, 2009. – С. 14–18 (0,3 п. л., в т. ч. лично 0,15 п. л.).
6. Кривенко, А. А. Методологические особенности построения организационно-экономического механизма функционирования предпринимательской деятельности / А. А. Кривенко // Актуальные вопросы экономических наук : сборник материалов X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под общ. ред. Ж. А. Мингалева, С. С. Чернова. – Новосибирск : Издательство «СИБПРИНТ», 2009. – С. 29–33. – (0,25 п. л.).
7. Кривенко, А. А. Теоретические аспекты устойчивого развития предпринимательской деятельности / А. А. Кривенко // Актуальные вопросы экономических наук : сборник материалов X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под общ. ред. Ж. А. Мингалева, С. С. Чернова. – Новосибирск : Издательство «СИБПРИНТ», 2009. – С. 33–38. – (0,3 п. л.).
8. Кривенко, А. А. Специфика применения концепции устойчивого развития к предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей / А. А. Кривенко // Актуальные вопросы экономических наук : сборник материалов X Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / под общ. ред. Ж. А. Мингалева, С. С. Чернова. – Новосибирск : Издательство «СИБПРИНТ», 2009. – С. 237–242. – (0,3 п. л.).
9. Кривенко, А. А. Регионализация продажи автомобилей как современная тенденция развития предпринимательства / А. А. Кривенко, В. Л. Ерохин // Учетно-аналитические аспекты и перспективы развития инновационной экономики : материалы Международной научно-практической конференции (г. Ставрополь, 13–15 апреля 2010 г.). – Ставрополь : ООО «Бюро новостей», 2010. – С. 104–106. – (0,16 п. л., в т. ч. лично 0,1 п. л.).

10. Кривенко, А. А. Оценка основных факторов неустойчивости предпринимательской деятельности на автомобильном рынке Ставропольского края / А. А. Кривенко, А. Г. Иволга // Современные проблемы развития национальной экономики : сборник статей к II Международной научно-практической конференции / под общ. ред. А. Г. Иволга. – Ставрополь : ООО «Мир данных», 2010. – С. 106–110. – (0,25 п. л., в т. ч. лично 0,15 п. л.).
11. Кривенко, А. А. Критерии оценки устойчивости сбытовой предпринимательской деятельности в сфере продажи автомобилей в условиях экономического кризиса / А. А. Кривенко // Проблемы социально-экономической устойчивости региона. VIII Международная научно-практическая конференция : сборник статей / МНИ ПГСХА. – Пенза : РИО ПГСХА, 2011. – С. 63–66. – (0,2 п. л.).
12. Кривенко, А. А. Влияние экономического кризиса на развитие сбытового предпринимательства на региональных автомобильных рынках / А. А. Кривенко // Современные проблемы развития национальной экономики : сборник статей к III Международной научно-практической конференции. – Ставрополь : ООО «Альфа-Принт», 2011. – С. 138–140. – (0,2 п. л.).
13. Кривенко, А. А. К вопросу о государственном стимулировании сбытовой предпринимательской деятельности на автомобильном рынке / А. А. Кривенко // Современные проблемы развития национальной экономики : сборник статей к III Международной научно-практической конференции. – Ставрополь : ООО «Альфа-Принт», 2011. – С. 141–144. – (0,2 п. л.).

Подписано в печать 16.05.2011. Формат 60x84 $\frac{1}{16}$.
Гарнитура «Таймс». Бумага офсетная. Печать офсетная. Усл. печ. л. 1,2.
Тираж 130. Заказ № 164.

Отпечатано в типографии издательско-полиграфического комплекса СтГАУ «АГРУС»,
г. Ставрополь, ул. Мира, 302.