

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОУСТОЙЧИВОСТИ УСЛУГ В СФЕРЕ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА

Д. И. Долгов

Актуальность темы статьи заключается в том, что конкурентоустойчивость – это способность организации сохранять свою конкурентоспособность (то есть реальная и потенциальная возможность превосходить своих соперников в различных условиях, постоянно совершенствуя ключевые бизнес-процессы). Применительно к предприятию категория «конкурентоустойчивость» рассматривается как возможность эффективной хозяйственной деятельности, обеспечивающей прибыльную реализацию товаров и услуг в условиях конкурентного рынка. Она обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Производство и реализация конкурентоустойчивых товаров и услуг – обобщающий показатель жизнестойкости предприятия, а также его умения эффективно использовать организационный, производственный, финансовый, социальный потенциалы. Таким образом, конкурентоустойчивое предприятие имеет особые преимущества перед своими конкурентами.

Конкурентоустойчивость товара – 1) свойство продукта, имеющего определенную долю соответствующего рынка, которое характеризует степень соответствия технико-функциональных, экономических и других характеристик требованиям потребителей, а также определяет долю рынка, принадлежащую данному товару, и препятствует перераспределению этого рынка в пользу других; 2) совокупность технических, качественных и стоимостных характеристик изделия, обеспечивающих удовлетворение конкретной потребности покупателя. Конкурентоустойчивым является тот товар, комплекс потребительских и стоимостных свойств которого обеспечивает ему коммерческий успех, т. е. позволяет быть прибыльно обменным на денежные и иные средства в условиях широкого предложения и наличия аналогов.

В настоящее время методика представляет собой логический набор взаимосвязанных формул и графиков, которые применяются для решения тех или иных вопросов. В данной статье представлена методика оценки конкурентоустойчивости предприятий железнодорожного транспорта.

Ключевые слова: методика, оценка, конкурентоустойчивость, предприятие, вагонцистерна.

METHODS OF EVALUATION OF COMPETITIVE RESILIENCE IN RAIL TRANSPORT SECTOR

D. I. Dolgov

Relevance of the topic lies in the fact that concept organization is the ability to reliably maintain their competitiveness, i.e. it is real and potential surpass their rivals in a variety of settings, constantly improving key business processes. The category of «concept» in relation to the company can be defined as the possibility of effective economic activity, providing a profitable sale of goods and services in a competitive market. This implementation provides the whole complex of existing enterprise assets. Production and sales of goods and services concept – a general indicator of the viability of the company, its ability to effectively use organizational, industrial, financial, social potentials. As a consequence, concept company has special advantages over their competitors.

Concept product – 1) characteristic of a product having a certain share of the relevant market, which characterizes the degree of compliance with the technical and functional,

© Долгов Д. И., 2014

economic and other characteristics of goods to the requirements of consumers, determines the market share of this product, and prevents the redistribution of the market in favor of other goods; 2) a set of technical, quality and cost performance products to address the specific needs of buyer. Concept is the product range of consumer and value properties which gives it a commercial success, thus it provides it means to be profitably exchanged for cash or other assets in the context of widespread supply and availability of countertypes. Currently technique is a logical set of formulas and graphs that are interconnected and used to solve certain issues.

The paper presents a method of estimating concept railway enterprises.

Keywords: methodology, evaluation, concept, enterprise, tank wagon.

Оценка конкурентоустойчивости оказания услуг по ремонту вагонов будет, по нашему мнению, включать в себя несколько этапов:

1. Сбор информации по вопросам конкурентоустойчивости в сфере ремонта вагонов.

Отметим, что информация должна исходить из различных источников. Для ее получения должны использоваться законы, указы, постановления органов государственной власти, выступления государственных, политических и общественных деятелей, данные статистики и печати. Этой информацией располагают промышленные предприятия, осуществляющие ремонт вагонов.

2. Оценка перспективности рынка услуг по ремонту вагон-цистерн.

Оценка должна базироваться на изучении факторов понимания организациями и персоналом разницы между прибылью и удовлетворенностью покупателей, а также изучении способов, средств, которые напрямую касаются восприятия и поведения потребителя [1, с. 55].

3. Оценка положения на рынке услуг (прибыльность, преданность сервисной организации).

Имеется в виду необходимость оценить данную величину на предмет адекватности политике предприятия в отношении послепродажного обслуживания.

4. Оценка степени влияния факторов на конкурентоустойчивость предприятий по ремонту вагонов.

К главным факторам относится влияние потребителя на производство железнодорожных цистерн через услуги по их ремонту, пассажирских вагонов –

через сервис при переезде, а также влияние потребителя, арендодателя, владельца и арендатора на производство вагонов через услуги по их ремонту.

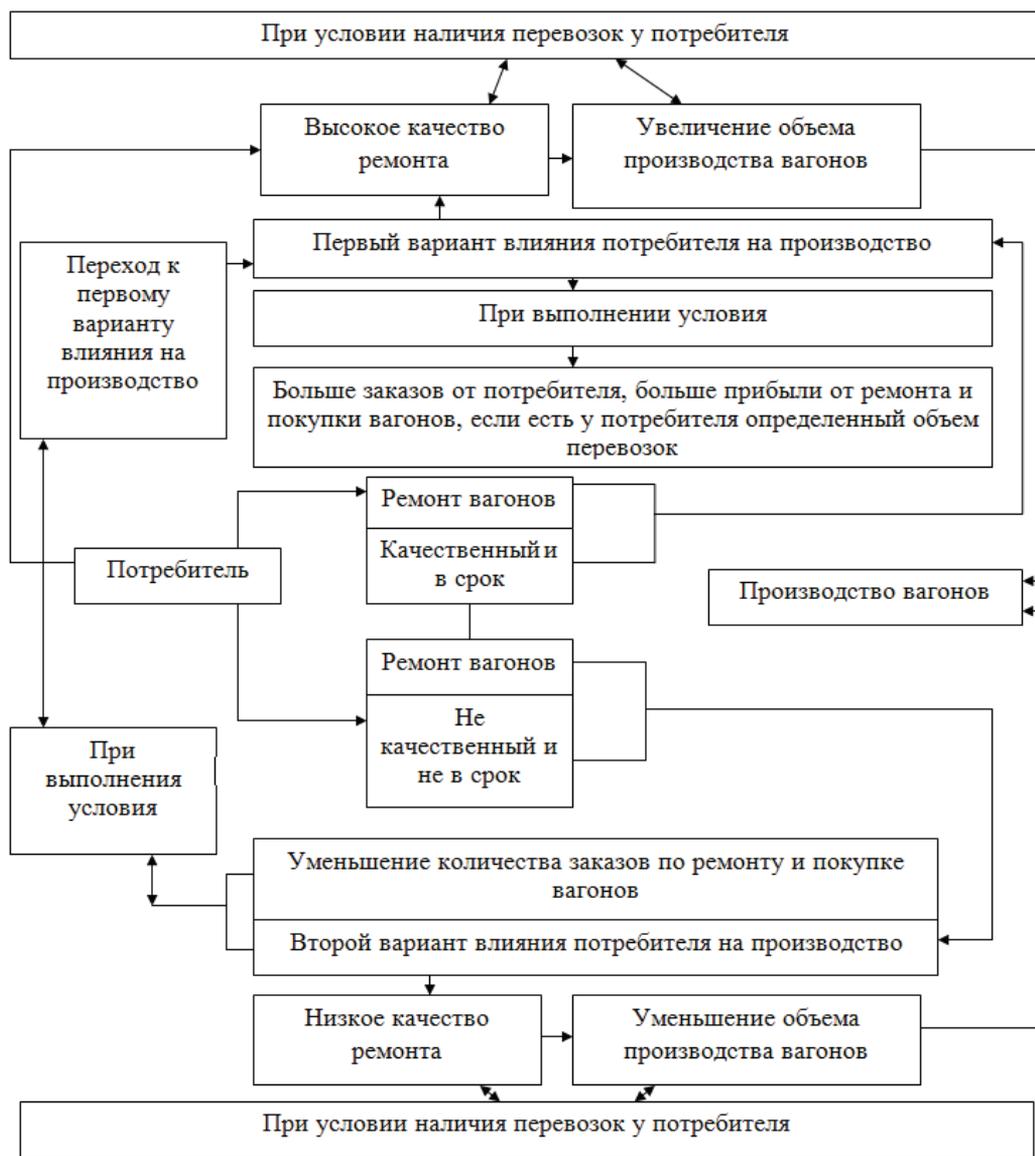
С точки зрения теоретического аспекта, влияние качества ремонта на потребителей выражается простой формулой: «Чем быстрее и качественнее произведен ремонт, тем быстрее разовый клиент становится постоянным». Схема влияния потребителей на производства представлена на рис. 1.

Из него видно, что качественный и своевременный капитальный и текущий ремонт вагонов оказывает положительное влияние потребителей на производство, результатом которого является рост прибыли от изготовления вагонов и их ремонта при условии наличия заказов на перевозки у потребителя. Благодаря этому повышается конкурентоустойчивость предприятий по производству и ремонту вагонов.

В обратной ситуации потребитель оказывает отрицательное влияние, уменьшая объем производства вагонов и, таким образом, уменьшая прибыль как предприятиям, производящим вагоны, так и оказывающим услуги по ремонту, благодаря чему снижается их конкурентоустойчивость.

Удовлетворенность сервисом при переездах пассажиров положительно влияет на увеличение объема производства пассажирских вагонов, а неудовлетворенность – отрицательно.

Влияние потребителя, арендодателя, владельца, арендатора на производство вагонов через услуги по их ремонту представлено на рис. 3.



Р и с. 1. Влияние потребителей вагонов на их производство через услуги по ремонту

Согласно рис. 3, цена аренды вагонов увеличится в том случае, если они были куплены через посредника, и останется на прежнем уровне, если напрямую.

В данном случае владелец, арендодатель, потребитель и арендатор могут влиять на производство вагонов через цену в зависимости от качества услуг.

Арендатор не отправляет их в ремонт – это делает владелец или арендодатель.

5. Оценка устойчивости систем управления предприятий.

Одним из вопросов, возникающих при исследовании систем управления, является вопрос об их устойчивости.

6. Оценка инвестиционной привлекательности ремонтных предприятий.



Р и с. 2. Влияние потребителя на производство пассажирских вагонов



Р и с. 3. Влияние потребителя, арендодателя, владельца, арендатора на производство вагонов через услуги по их ремонту

Инвестиционная привлекательность должна включать в себя:

– общую характеристику технической базы предприятия (наличие современного оборудования, складского хозяйства, собственного транспорта, географическое положение, приближенность к транспортным коммуникациям, состояние технологии, стоимость основных фондов, коэффициент физического и морального износа основных фондов, средства по ремонту вагонов);

– производственную мощность;
– место предприятия в отрасли;
– характеристику системы управления;
– уставной фонд;
– структуру затрат;
– объем прибыли и направления ее использования [2, с. 35].

8. Оценка финансовой устойчивости предприятий.

При анализе финансового состояния применяют комплекс следующих коэффициентов:

– финансового риска;
– долга (индекс финансовой напряженности);
– автономии (финансовой независимости);
– финансовой устойчивости;
– маневренности собственных источников;
– устойчивости структуры мобильных средств;
– обеспеченности оборотного капитала собственными источниками (отношение собственных оборотных средств к оборотным активам).

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асмус, В. Ф. Античная философия / В. Ф. Асмус – Москва, 2003. – 691 с.
2. Бляхман, Л. С. Экономика фирмы / Л. С. Бляхман. – Москва, 2001. – 386 с.

Поступила 24.02.2014 г.

Об авторе:

Долгов Дмитрий Иванович, доцент кафедры менеджмента и экономики образования ФГБОУ ВПО «Мордовский государственный педагогический институт им. М. Е. Евсевьева» (Россия, г. Саранск, ул. Студенческая, д. 11 а), кандидат экономических наук, dolgov_dmitry@mail.ru

Для цитирования: Долгов, Д. И. Методика оценки конкурентоустойчивости услуг в сфере железнодорожного транспорта / Д. И. Долгов. – Вестник Мордовского университета. – 2014. – № 4. – С. 180–184. DOI: 10.15507/VMU.024.201403.180

REFERENCES

1. Asmus V. F. Antichnaja filosofija [Ancient Philosophy]. Moscow, 2003, 691 p.
2. Blyakhman L. S. Jekonomika firmy [Economics of an enterprise]. Moscow, 2001, 386 p.

About the author:

Dolgov Dmitrij Ivanovich, Associate professor of Production management chair of Economics faculty, Evsev'jev Mordovia State Pedagogical Institute (Russia, Saransk, 11 a Studencheskaja Str.), Candidate of Science (PhD) degree holder in Economics, dolgov_dmitry@mail.ru

For citation: Dolgov D. I. Metodika ocenki konkurentoustojchivosti uslug v sfere zheleznodorozhnogo transporta [Methods of evaluation of competitive resilience in rail transport sector]. *Vestnik Mordovskogo Universiteta* – Mordovia University Bulletin, 2014, no. 4, pp. 180–184. DOI: 10.15507/VMU.024.201403.180