

УДК 338.
ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ
ПРЕДПРИЯТИЯ ОАО «ОРШАНСКИЙ АВИАРЕМОНТНЫЙ ЗАВОД»

С. Л. КОМАРОВА, А. Г. КРотова
ГУ ВПО «БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Могилев, Беларусь

Предприятию в современных условиях необходимо проводить оценку внутренних факторов конкурентоспособности. Осуществление такого мониторинга позволяет удерживать занятые позиции и наращивать свое влияние на рынке. Предложена методика оценки конкурентоспособности предприятия на основании стандартных экономических показателей. Для проведения такой оценки необходимо выделить систему факторов и показателей оценки конкурентоспособности предприятия.

В первую группу факторов, которая называется «Эффективность маркетинга», следует отнести долю предприятия этого вида производства на рынке, запасы в процентах к среднемесячному объему производства, темп роста объема продаж, рентабельность продаж.

Вторая группа факторов «Финансовое состояние предприятия» включает показатели: коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами; коэффициент текущей ликвидности; затраты на 1 р. реализованной продукции.

Третья группа показателей «Организация производства» включает: коэффициент износа основных средств; производительность труда по добавленной стоимости.

Группа «Активность инновационной деятельности» содержит коэффициент обновляемости ассортимента и затраты на инновации.

Помимо групп факторов, есть монофакторы, которые также оказывают влияние на конкурентоспособность предприятия: конкурентоспособность товара (рассчитывается как средневзвешенная по товарному ассортименту); эффективность менеджмента (рентабельность совокупных активов); конкурентоспособность персонала (коэффициент опережения роста производительности труда по отношению к росту заработной платы).

На исследуемом предприятии ОАО «Оршанский авиаремонтный завод» основной вид деятельности – это оказание услуг по ремонту, техническому обслуживанию и модернизации летательных аппаратов.

Чтобы оценить конкурентоспособность услуги, необходимо рассчитать значимость потребительских свойств на основе проведения анкетирования. Значимость потребительских свойств в нашем случае предпочтительнее рас-



считать с использованием метода непосредственной оценки. Для этого была разработана анкета, в которой каждому респонденту-заказчику (26 респондентов) необходимо было определить важность, по его мнению, каждого потребительского свойства услуги в пределах используемой шкалы. Результаты анкетирования выявили следующие предпочтения заказчиков.

Качество ремонта заказчики поставили на первое место и этому показателю присвоили коэффициент 0,25, «затраты на ремонт» и «гарантийное и послегарантийное обслуживание» разделили второе место, и вес коэффициентов этих показателей составил 0,20, на третьем месте «качество комплектующих» – 0,13, четвертое место у показателя «сроки ремонта» – 0,12, на последнее место респонденты поставили показатель «система стимулирования поставщиков» – 0,10.

По пятибалльной системе всем клиентам было предложено оценить конкурентоспособность услуги по ремонту техники, который проводился предприятием.

Ни один из клиентов не поставил предприятию оценку «удовлетворительно» по тем критериям, которые были обозначены в исследовании. Показатели «качество ремонта», «качество комплектующих» и «система стимулирования поставщиков» клиенты оценили на «отлично», а показатели «затраты на ремонт», «сроки ремонта» и «гарантийное и послегарантийное обслуживание» клиенты оценили на «хорошо». Для расчета суммарной оценки конкурентоспособности услуги учитывались баллы и вес показателей.

Суммарная оценка конкурентоспособности услуги по ремонту техники, который проводило предприятие, составила 4,5.

Следующим этапом оценки конкурентоспособности является расчет безразмерных показателей оценки конкурентоспособности предприятия. Этот расчет ведется на основе совмещения факторов конкурентоспособности предприятия, значений показателей этих факторов, их значимости и учета нормативного значения. Необходимо фактическое значение показателя сравнить с нормативным значением и умножить на его значимость. Сумма всех факторов позволит найти показатель конкурентоспособности.

В результате расчета безразмерных оценок показателей конкурентоспособности предприятия, было рассчитано значение 79,42. По шкале оценки качественного уровня конкурентоспособности предприятия полученное значение находится в интервале от 75,0 до 100, что соответствует «высокому» уровню конкурентоспособности предприятия.