(cc) BY

Гришков Антон Федорович

г. Санкт-Петербург

ПРИМЕНЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

***Аннотация**: статья посвящена анализу элементов применяющихся механизмов управления конкурентоспособностью организаций сферы услуг. Определены особенности формирования механизмов по обеспечению конкурентоспособности организаций сферы услуг. Автором предложен подход к формированию механизма управления конкурентоспособностью, заключающийся в выделении основных и вариативных элементов. Подчеркивается особая роль конкурентоспособности как одного из важнейших факторов эффективного развития организации сферы услуг. Исследователем использованы общенаучные методы исследования: анализ, синтез, сравнение, детализация и обобщение.*

***Ключевые слова**: конкурентоспособность, механизм управления конкурентоспособностью, конкуренция, сфера услуг, организация сферы услуг.*

Современный динамично развивающийся рынок сферы услуг требует от хозяйствующих субъектов постоянного мониторинга внешней и внутренней среды, а также оценки условий, которые с наибольшей вероятностью повлияют на состояние организации в среднесрочной и долгосрочной перспективе, ее конкурентоспособность, выживаемость и дальнейшее успешное развитие.

Конкуренция является главным фактором поддержания должного уровня качества услуг, заставляющим стремиться к постоянному совершенствованию для выживания на рынке сферы услуг, а также удовлетворять постоянно растущие требования клиентов. По мнению автора, управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг является перманентным процессом, что вызвано необходимостью вовремя откликаться на изменения любого из показателей конкурентоспособности с использованием мер, которые позволяют избегать потерь позиции на рынке услуг, а также финансовых средств. Однако динамика

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

показателей конкурентоспособности организации является полным отражением потенциала организации, ее сил и ресурсов, что свидетельствует о необходимости для организации сферы услуг постоянного повышения конкурентных преимуществ, с помощью которых у потребителя формируется впечатление о фирме, оказывающее влияние на выбор организации потребителем.

Под общей конкурентоспособностью организации сферы услуг понимают превосходство над конкурентами в определенном сегменте рынка, в конкретный период времени, достигнутое с определенным ассортиментом и качеством услуг, оцененное субъектами внешней и внутренней среды [1].

Отметим, что управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг сопряжено с рядом особенностей производственного процесса в сфере услуг: неосязаемость, непостоянство качества и недолговечность услуг, отсутствие передачи прав собственности при оказании услуг [2, с. 123].

Управление конкурентоспособностью организаций сферы услуг в общем смысле может рассматриваться как:

– деятельность организации, целью которой является повышение конкурентоспособности;

– элемент общей системы управления организацией;

– комплекс мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности организации;

– процесс применения принципов и методов управления конкурентными преимуществами и потенциалом, состоящий из взаимосвязанных элементов.

По нашему мнению, обеспечение конкурентоспособности должно осуществляться на системной основе с использованием специального организационно-управленческого механизма, отвечающего специфике как сферы услуг в целом, так и специфике конкретной организации.

Под механизмом управления конкурентоспособностью следует понимать совокупность ресурсов, методов, средств, инструментов и рычагов влияния, которые применяются руководящими органами организации сферы услуг для достижения потенциально возможных финансово-экономических и социальных

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

результатов развития для соперничества в условиях конкурентного рынка [4, с. 119].

Следует отметить, что для формирования адекватного механизма управления конкурентоспособностью организации сферы услуг необходим индивидуальный подход при выборе используемых факторных показателей.

К примеру, важнейшими комплексными факторами, используемыми в механизме управления конкурентоспособностью, основанном на известной концепции Маркетинг-микс «7P», являются: территориальная ограниченность рынка, которая вызвана нетранспортабельностью услуг (Place); субъективность потребителя услуг (People); особая роль корпоративной культуры, определяющей культуру обслуживания (Process); физическое окружение (интерьер, оборудование, внешний вид персонала), позволяющее сформировать представление о качестве услуги еще до потребления (Physical Evidence); сложность поддержания стабильно высокого уровня качества услуг (Product); цена (Price); продвижение (Promotion) [1].

По нашему мнению, организациям сферы услуг следует уделять особое внимание аддитивной конкурентоспособности, учитывающей все значимые факторы влияния на организацию и результат ее деятельности, которая должна являться значимым интегральным параметром, характеризующим экономическую устойчивость и перспективы развития. Она, по существу, является динамической характеристикой организации, поскольку значения входящих в нее факторов постепенно меняются, и включает в себя взаимосвязанные значения факторных показателей внешней и внутренней сред, отслеживаемые системами мониторинга в перманентном режиме. Информация, получаемая системой мониторинга, преобразуется в интегральный показатель (индекс) конкурентоспособности, значение которого используется для определения общей динамики развития организации, а частные агрегированные групповые составляющие – для принятия конкретных управленческих оперативных решений.

Рассматривая факторы, использующиеся в основе механизмов обеспечения конкурентоспособности, отметим, что поскольку к организациям сферы услуг

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

применима конкуренция ценового и неценового типа, традиционно используемая при анализе сферы торговли, основополагающими факторами здесь являются цена (единичный факторный показатель) и качество предоставляемых услуг (групповой факторный показатель) – факторы внутренней среды, с помощью которых организация достигает конкурентных преимуществ.

Важной задачей становится инжиниринг и контроль процессов, влияющих на показатели качества, сопровождение их на всех уровнях функционирования организации, что является достаточно трудоемкой процедурой, которая подразумевает дополнительные издержки, которые в перспективе многократно окупаются вследствие синергетического эффекта от внедрения системы. Поскольку конкуренция – это экономическое соперничество между субъектами хозяйствования, то выделяются следующие методы борьбы: повышение качества и дизайна услуг, постоянная актуализация ассортимента, наличие сопровождающих услуг, современная рекламная кампания, основанная на маркетинговых исследованиях [7, с. 67].

Типовой механизм обеспечения конкурентоспособности включает в качестве важнейшего элемента, отвечающего за функционирование производственных процессов, как процессов внутренней среды, подсистему мониторинга и оценки качества процессов по ключевым точкам контроля.

Анализ практики управления в сфере услуг показал, что в целом можно выделить организации с тремя подходами к управлению конкурентоспособностью:

1. Организации, осознанно не занимающиеся управлением конкурентоспособностью. Механизм управления конкурентоспособностью в данных организациях отсутствует.

2. Организации, в которых механизм управления конкурентоспособностью нецелостный, имеет не системную основу и не включен в систему управления организацией, в целом.

3. Организации, обладающие комплексным механизмом управления конкурентоспособностью, который позволяет системно отслеживать ключевые факторы влияния на конкурентоспособность. В основе такого механизма управления

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

конкурентоспособностью всегда заложены научно-обоснованные принципы и сбалансированные системы.

Инструментами механизма управления конкурентоспособностью, на наш взгляд, должны являться: концепция управления; логистика концепции управления; система менеджмента качества; концепции маркетинга; система оплаты труда, мотивация, внутренний маркетинг, корпоративная культура; управление инвестициями. Кроме того, механизм управления конкурентоспособностью подразумевает комплекс мероприятий, направленных на повышение конкурентоспособности: общее управление организацией, управление снабжением, управление бизнес-процессами, управление маркетингом, управление персоналом, управление финансами.

Отметим, что при разработке механизма управления конкурентоспособностью организации сферы услуг следует уделять особое внимание совершенствованию организационной структуры управления организации. Эффективное управление конкурентоспособностью происходит с помощью повышения потенциала организации в рамках организационной структуры, которая обеспечивает ее адаптацию и устойчивость относительно воздействий внешней среды.

Кроме того, эффективное управление конкурентоспособностью в организациях сферы услуг достигается с помощью методов стратегического управления, контроля и самоорганизации, которые позволяют действенно организовывать деятельность, ориентированную на повышение уровня конкурентоспособности [6].

Отметим, что в основе использования большинства комплексных методов управления организаций сферы услуг заложена классическая многоуровневая управленческая модель с обратной связью, учитывающая совокупность факторов конкурентоспособности организации в качестве независимых переменных функции управления, а также уровнем конкурентоспособности, выраженный количественным показателем в качестве результирующей. Следует добавить, что факторы конкурентоспособности можно отслеживать в динамическом развитии в количественных и качественных показателях.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Автором предлагается принципиальная схема механизма обеспечения конкурентоспособности (рис. 1), которая может быть детализирована и актуализирована для каждой конкретной организации сферы услуг. Управление конкурентоспособностью организациями сферы услуг должно реализовываться с помощью формирования механизма управления конкурентоспособностью и на основании системного подхода, с использованием современных принципов и методов, технических и программных средств. Основным элементом механизма управления конкурентоспособностью организации сферы услуг является подсистема оценки конкурентоспособности данного субъекта, которая входит в блок системы динамического СВОТ-анализа. Оценка конкурентоспособности организации сферы услуг находится в прямой зависимости от типа организации, отрасли деятельности, наличие достоверных и полных сведений о факторах внешней среды, следовательно, факторы конкурентоспособности конкретной организации следует отслеживать в динамике как в количественных, так и в качественных показателях с помощью автоматизированной системы мониторинга [3, с. 83].

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

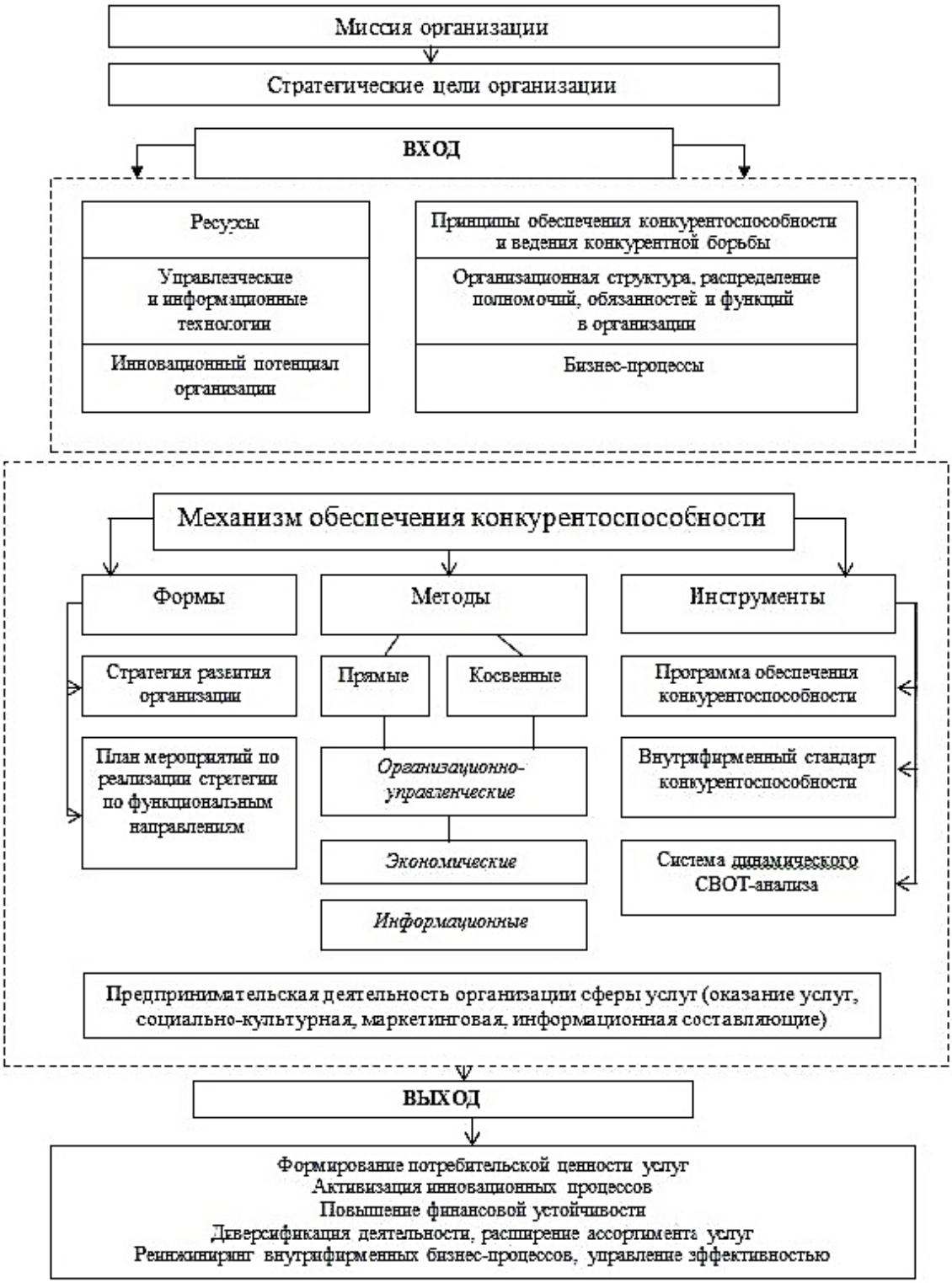

Рис. 1. Принципиальная схема механизма обеспечения конкурентоспособности

Примечание: составлено автором.

Оценка конкурентоспособности организации сферы услуг позволяет получить следующие сведения для решения конкретных задач: определить

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

положение предприятия на рынке; разработать совокупность мероприятий, способствующих повышению конкурентоспособности; выбрать партнеров для сотрудничества; осуществлять инвестирование [5, с. 44].

Таким образом, особенность рынка сферы услуг заключается в том, что конкурентоспособность организации достаточно сложно оценить одним критерием. Необходим комплексный подход, учитывающий все направления деятельности. Учитывая разработанный комплекс мер, можно повысить уровень конкурентоспособности организации и выявить собственные критерии успеха.

Список литературы

1. Арбатская Е.А. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы услуг: понятие и механизм реализации // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). – 2015. – Т. 6. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://elibrary.ru/download/elibrary_23168690_79147622.pdf

2. Бурменко Т. Д. Сфера услуг: экономика, менеджмент, маркетинг / Т.Д. Бурменко. – Ростов н/Д: Кнорус, 2010. – 422 с.

3. Гришков А.Ф. Оценка конкурентоспособности организации сферы услуг как основа механизма управления конкурентоспособностью / А.Ф. Гришков // Вестник РАЕН. – СПб.: ГИЭФПТ, 2015. – №2 (19). – С 81–86.

4. Дзина М.А. Теоретические основы формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия / Культура народов Причерноморья. – 2006. – №95. – С. 118–126.

5. Евменов А.Д. Управление качеством процессов функционирования организаций как резерв повышения конкурентоспособности / А.Д. Евменов, П.А. Булочников // Петербургский экономический журнал. – 2016. – №3. – С. 40–49.

6. Лысова Е.А. Разработка организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью предприятия сферы услуг // Экономический портал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://institutiones.com/general/2359-razrabotka-organizacionno-ekonomicheskogomexanizma-upravleniyakonkurentosposobnostyu.html

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

7. Моргулец О.Б. Менеджмент в сфере услуг: учебник / О.Б. Моргулец. – Киев: Центр учебной литературы, 2012. – 125 с.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)