

image not found or type unknown



Услуги составляют значительную часть экономики большинства стран. К ним относят все виды полезной деятельности, не создающей материальных ценностей, т. е. главным критерием отнесения той или иной деятельности к сфере услуг служит неосязаемый, невидимый характер производимого в данной сфере продукта.

Современные предприятия сферы услуг все больше сталкиваются с возрастающими потребительскими требованиями, являющимися результатом усиления конкурентной борьбы, укрепления позиций конкурентов на данном сегменте рынка, углубления дифференциации платежеспособного спроса, сокращения сроков внедрения инновационных разработок, изменения отраслевых границ и профилей деятельности. Конкуренция выдвигает условия, при которых предприятия сферы услуг должны все более оперативно и высокопрофессионально приводить свою деятельность в соответствие с новыми условиями и требованиями на основе организационных, технологических, социальных и управленческих инноваций. Все это также свидетельствует о необходимости обеспечения конкурентоспособности предприятиями сферы услуг.

Следует отметить, что многие вопросы управления конкурентоспособностью остаются до сих пор открытыми и недостаточно изученными. Так, большинство авторов и исследователей рассматривают проблему обеспечения конкурентоспособности предприятия с точки зрения маркетингового подхода, полагая, что она определяется конкурентоспособностью производимой им продукции (оказываемых услуг)., в то время как конкурентоспособность товара (услуги) представляет собой относительную, четко привязанную к месту и времени характеристику состояния товара или услуги, отражающую ее преимущества по сравнению с другими аналогичными объектами. В этой связи рассмотрение конкурентоспособности предприятия посредством конкурентоспособности товара (услуги) может быть воспринято как подход, реализуемый лишь на оперативном или, в крайнем случае, тактическом уровне управления, которые предполагают принятие управленческих решений, позволяющих локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери, в то время как стратегическая конкурентоспособность обеспечивается при наличии у предприятия устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную

перспективу развития, на формирование которых должен быть сориентирован весь комплекс финансово-экономических, организационно-управленческих, производственно-технологических и маркетинговых бизнес-процессов.

Отмечено, что конкуренция является фундаментальным свойством рыночной экономики, во многом определяющим эффективность ее функционирования. Конкуренция составляет основу динамичного и сбалансированного развития экономики любой страны в условиях глобализации. Понятие конкуренции и конкурентоспособности по мере развития общества изменялось и эволюционировало.

Конкуренция является одной из самых известных и фундаментальных категорий.

Теория конкуренции была обобщена Адамом Смитом в работе «Исследование о природе и причине богатства народов» (1776 г.), в которой он впервые:

- сформулировал понятие конкуренции как соперничества, повышающего цены (при сокращении предложения) и уменьшающего цены (при избытке предложения);
- определил главный принцип конкуренции - принцип «невидимой руки», в соответствии с которым «дергая» за ниточки марионеток – предпринимателей, «рука» заставляет их действовать в соответствии с неким «идеальным» планом развития экономики, безжалостно вытесняя фирмы, занятые производством ненужной рынку продукции;
- разработал теоретически очень тонкий и гибкий механизм конкуренции, который объективно уравнивает отраслевую норму прибыли, приводит к оптимальному распределению ресурсов между отраслями. Тонкость механизма конкуренции заключается в том, что при сокращении спроса на товар наибольшие трудности испытывают фирмы, выпускающие некачественную или излишне дорогую продукцию. Гибкость механизма конкуренции проявляется в его мгновенной реакции на любые изменения обстановки во внешней среде. Быстро адаптируются к среде мобильные фирмы;
- раскрыл содержание основных условий эффективной конкуренции, включающие наличие большого количества продавцов и покупателей, исчерпывающую информацию, мобильность используемых ресурсов, невозможность каждого продавца оказывать существенное влияние на изменение рыночной цены товара (при сохранении его качества или качества сервиса);

- предложил модель усиления и развития конкуренции, доказал, что в условиях рыночных отношений возможно максимальное удовлетворение потребностей потребителей «и наилучшее использование ресурсов в масштабе общества в целом».

Суть многочисленных понятий конкуренции сводится к тому, что под «конкуренцией» следует понимать процесс соперничества предприятий за предпочтения потребителей с целью получения наибольшей доходности (прибыли, рыночной доли, продаж, роста и т. д.).

В самом общем смысле конкурентоспособность – это способность опережать других, используя свои преимущества в достижении поставленных целей.

Если рассматривать понятие «конкурентоспособность» применительно к предприятию, то его можно определить, как возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. Эта реализация обеспечивается всем комплексом имеющихся у предприятия средств. Таким образом, конкурентоспособность предприятия – это итоги его производственно-хозяйственной деятельности, в которых отражаются усилия всех без исключения служб и подразделений, а также способность реагировать на изменение конъюнктуры рынка.

Конкурентоспособность предприятия можно определить и как способность выпускать конкурентоспособную продукцию, ее преимущества по отношению к группе предприятий, относящихся к одной отрасли, либо предприятий выпускающих аналогичные товары.

Исходя из этого, конкурентоспособность предприятия сферы услуг – это совокупность относительных характеристик предприятия, определяющих его реальную и потенциальную способность вести конкурентную борьбу на основе использования стратегии обеспечения конкурентоспособности для достижения поставленных целей, проявляющихся в повышении эффективности деятельности и росте стоимости предприятия.

Конкурентоспособность услуг представляет собой важный показатель конкурентоспособности предприятия, так как предоставление конкурентоспособных услуг обеспечивает наличие денежного потока. Все эти определения представляют конкурентоспособность как совокупность, то есть сумму, всех свойств предприятия и товара (услуги) и не учитывают того, что потребителя интересует соотношение: «качество/цена потребления», которое

достигается на основе правильной оценки влияния факторов, обеспечивающих конкурентоспособность.

К основным принципам концепции обеспечения конкурентоспособности предприятий можно отнести:

- задача обеспечения конкурентоспособности предприятия включает обеспечение конкурентоспособности услуг и конкурентоспособность предприятия;
- следует выделять разные критерии конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии;
- основным показателем конкурентоспособности предприятия на оперативном уровне является интегральный показатель конкурентоспособности услуг;
- на тактическом уровне конкурентоспособность предприятия сферы услуг обеспечивается его общим финансово-хозяйственным состоянием и характеризуется комплексным показателем его состояния;
- на стратегическом уровне конкурентоспособность предприятия характеризуется инвестиционной привлекательностью, критерием которой является рост стоимости бизнеса.

Применительно к экономической сфере «обеспечение» представляет собой совокупность мер и средств, создание условий, способствующих нормальному протеканию экономических процессов, реализации намеченных планов, программ, проектов, поддержанию стабильного функционирования экономической системы и ее объектов, предотвращению сбоев, нарушений законов, нормативных установок, контрактов, а также совокупность вспомогательных средств, используемых в автоматизированных системах управления и в информационных системах, используемые для поддержания функционирования этих систем.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия сферы услуг – это совокупность направлений, с учетом влияния внешних и внутренних факторов, с целью повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг, способствующее формированию оптимального функционирования и развития предприятия и достижению сбалансированности интересов потребителей и предприятия, следствием чего являются лучшие возможности предоставления услуги.

Процесс обеспечения конкурентоспособности в сфере услуг связан с необходимостью согласования содержания связей систем управления качеством

товаров (услуг) на уровне хозяйствующих субъектов сферы услуг с экономической и конкурентной политикой на федеральном и региональном уровнях. Вместе с тем важно учитывать, что современные объекты сферы услуг, являются сложными организациями, успех деятельности, в которых зависит от усилий всех работников, направленных на достижение общей цели. В связи с этим существенное влияние на общую эффективность работы оказывает структура взаимодействий, а учесть данную структуру можно лишь подходя к проблемам организации с позиций целостного системного подхода.

В настоящее время обеспечение конкурентоспособности предприятия, его способности стойко держаться на рынке товаров и услуг, главным образом, зависит от деловой восприимчивости его сотрудников к малейшим изменениям предпочтений потребителей и их способности своевременно удовлетворять эти потребности. Однако надо помнить, что вектор обеспечения конкурентоспособности все более смещается в сторону повышения эффективности использования интеллектуальных ресурсов предприятия, способных решать не только вопросы повышения качества или снижения издержек и цен. Не менее ответственной является и организация успешной борьбы за рынки сбыта со значительным расширением использования неценовых факторов (дизайна изделий и упаковки, политики «раскрутки» брэнда, имиджа, деловой репутации и т. д.).

Обеспечение конкурентоспособности хозяйствующих субъектов, как элемента системы управления развитием сферы услуг, состоит в удовлетворении определенных потребностей общества в товарах и услугах.

В отраслях сферы услуг, особенно отличающихся высоким динамизмом, практически единственным и реальным направлением обеспечения конкурентоспособности предприятия является выпуск конкурентоспособных товаров и предоставления конкурентоспособных услуг.

Стратегический успех предприятия сферы услуг зависит от обладания длительным и устойчивым конкурентным преимуществом. Длительность конкурентного преимущества определяется способностью предприятия сохранять и обеспечивать его защиту от возможного воспроизведения конкурентами. Устойчивость конкурентного преимущества обуславливается тремя факторами: источником преимущества; количеством источников преимущества у предприятия и возможностями у предприятия находить новые источники конкурентного преимущества.

Конкурентные преимущества предприятия могут быть классифицированы по следующим признакам:

- по степени их устойчивости (с низкой, средней и высокими степенями устойчивости);
- возможности использования или времени достижения (реальные и потенциальные конкурентные преимущества);
- сферы конкуренции или масштаба деятельности предприятия (локальные, национальные, глобальные конкурентные преимущества).

Формирование и поддержание конкурентного преимущества затрагивает весь механизм деятельности предприятия сферы услуг. Основными принципами формирования и поддержания конкурентных преимуществ являются:

- стремление руководства предприятия к улучшениям, новшествам и переменам во всех аспектах хозяйственной деятельности предприятия;
- совершенствование и увеличение количества источников конкурентного преимущества, способствующее сохранению его деятельности и устойчивости;
- применение системного подхода к формированию конкурентного преимущества, охватывающего весь механизм деятельности предприятия.

## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Современные исследования доказывают, что конкурентоспособность предприятия сферы услуг на рынке является главным критерием эффективности его деятельности, оценки эффективности системы управления.

Разработка мероприятий в рамках обеспечения конкурентоспособности предприятий должна осуществляться на основе следующих принципов: системности; функциональной направленности; учета специфики деятельности; информационного обеспечения; использования современных технологий и инструментов; комплексной оценки факторов. Оценка уровня использования потенциала предприятия сферы услуг является важнейшим фактором в процессе обеспечения конкурентоспособности. Степень реализации конкурентного потенциала определяет совокупность конкурентных преимуществ предприятия.