

СИСТЕМНЫЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ РЕКРЕАЦИОННЫХ УСЛУГ

Постановка проблемы в общем виде. Конкурентоспособность – набор свойств, дающих преимущества в конкурентной борьбе конкретному субъекту. Конкурентоспособность предприятия рекреационного комплекса обеспечивается его эффективной деятельностью по производству и реализации конкурентоспособных услуг, наиболее полно удовлетворяющих потребительский спрос, на основе оптимального управления его ресурсным потенциалом, то есть эффективного использования конкурентных преимуществ, обусловленных не только отраслевыми, но и региональными особенностями.

Анализ последних исследований и публикаций. В.В. Криворотов в своей монографии приводит несколько подходов к формированию системы управления конкурентоспособностью промышленного предприятия, при этом выделяет 8 групп факторов, которые при этом необходимо учитывать [1, с.102]. В каждой из групп содержится до 10 факторов, среди которых есть простые, которые могут быть учтены быстро и с достаточной точностью, например, степень использования средств производства или износ основных фондов. Однако ряд факторов практически не могут быть оценены количественно, а качественная оценка не позволяет получить необходимый уровень достоверности.

Критерии конкурентоспособности для услуг С.Ф. Головин предлагает объединить в следующие 4 блока: функциональные характеристики; цена и доступность услуги; имидж предприятия сервиса. Для конструктивного последующего анализа целесообразно сформировать шесть групп факторов конкурентоспособности услуг: временные; экономические; доступность и ассортимент услуг; надежность услуги; эффективность контактов с персоналом; репутация (имидж) предприятия сервиса [2, с.11-14] (табл. 1).

Временные факторы характеризуют восприятие сроков исполнения услуги (включая быстроту реагирования на заказы), времени ожидания услуги и др. Этот показатель следует рассматривать с точки зрения потребителя. Иначе говоря, отнюдь не всем клиентам нужна максимальная скорость оказания услуги, особенно если она сопряжена с повышением вероятности брака в работе и ростом затрат сверх приемлемого уровня. Факторы надежности наиболее специфичны для каждого вида услуг. Остальные факторы примерно универсальны и аналогичны для разных услуг.

Таблица 1

Общая классификация факторов конкурентоспособности услуг

<i>Группы факторов</i>	<i>Основное значение факторов для потребителя</i>
Временные	Потери времени, планирование своей деятельности
Экономические	Расходы, удобство платежа
Доступность и ассортимент услуг	Возможность и удобство получения услуги
Надежность услуги	Уверенность в получении ожидаемых и обещанных услуг
Эффективность контактов с персоналом	Удовлетворение вкуса и симпатий в результате общения, уверенность в персонале, восприятие психологического климата в фирме
Репутация (имидж) сервисной организации	Удовлетворенность и уверенность в фирме и персонале, убежденность в правильности выбора

Понятие конкурентоспособности связано с понятием качества. Несмотря на то, что понятие качества сервиса и его основные детерминанты отличаются нечеткостью и неопределенностью, важность этого понятия для предприятия и его клиентов очевидна. Так, качество обслуживания считается одним из немногих средств дифференциации рекреационных услуг и получения конкурентных преимуществ предприятиями рекреационного комплекса. Это привлекает новых клиентов и способствует увеличению доли рынка. Кроме того, качество обслуживания служит важным инструментом удержания клиентов.

Среди экономистов бытует утверждение о том, что качество продукции является определяющим фактором ее конкурентоспособности. Такая постановка вопроса очевидна и вполне оправдана для специалистов в области качества. Однако для теории и анализа конкуренции это утверждение не всегда является аксиомой. Как показывают многочисленные исследования, не все услуги одного уровня технологического совершенства, находятся на одном уровне конкурентоспособности. Например, часто выбор определяется более предпочтительными для клиента факторами, которые непосредственно не связаны со свойствами продукта даже в их расширенной трактовке.

Цель исследования. Обозначенный круг проблем обуславливает необходимость разработки системного подхода к управлению конкурентоспособностью услуг, что является целью данной статьи.

Изложение основного материала. Изменение роли отдельного фактора в обеспечении конкурентоспособности рекреационной услуги может привести к отрицательным последствиям. Так, повышение качества предоставляемых услуг прямо влияет на их конкурентоспособность, однако, расходы на его повышение могут привести к увеличению цены, что при прочих равных условиях снизит уровень конкурентоспособность рекреационной услуги.

В этой связи для предприятий рекреационного комплекса важно найти оптимальное соотношение факторов конкурентоспособности услуг, ориентируясь на определенную группу потребителей целевого рынка. Комплексное

их применение обеспечит экономическую эффективность деятельности рекреационного предприятия и высокую конкурентоспособность оказываемых им услуг.

Конкурентоспособность услуг, оказываемых рекреационным предприятием, является определяющим фактором конкурентоспособности самого предприятия и рекреационного региона (дестинации). Таким образом, формирование системы управления конкурентоспособностью услуг является обязательной составляющей обеспечения конкурентоспособности рекреационного предприятия.

Основу методологии планирования конкурентоспособности услуг составляют принципы планирования, определяющие общие требования к разработке плана, на их основе базируется логика всего планирования конкурентоспособности предприятия. Изучение экономической литературы, а также исследование факторов конкурентоспособности услуг, методов целевого планирования и управления позволили выделить и сформулировать следующие принципы планирования конкурентоспособности услуги: принцип комплексности планирования; принцип приоритетности планирования; принцип преемственности планирования; принцип конкурентной обновляемости услуг.

Планирование конкурентоспособности услуги целесообразно осуществлять по двум направлениям:

1) определение плановых показателей;

2) планирование организационно-технических, экономических и маркетинговых мероприятий по повышению и обеспечению конкурентоспособности услуг.

Плановые показатели целесообразно разделить на три группы: показатели качества услуги, стоимостные показатели, показатели эффективности продвижения и сбыта. На достижение запланированных показателей должны быть направлены мероприятия как текущего, так и перспективного, стратегического планирования.

Процесс разработки плана обеспечения и повышения конкурентоспособности рекреационных услуг должен базироваться на указанных выше принципах и осуществляться поэтапно. Нами предлагается следующая последовательность планирования (рис. 1).

План повышения и обеспечения конкурентоспособности услуг является важным внутренним документом предприятия, обеспечивающим менеджмент предприятия и рядовых сотрудников ориентиром. Управление конкурентоспособностью услуг является одной из подсистем управления рекреационным предприятием, в связи с этим построение и функционирование системы управления конкурентоспособностью услуг должно опираться на общие принципы и методы управления.

На наш взгляд, основу системы управления конкурентоспособностью рекреационных услуг должны составить следующие базовые принципы: принцип ориентации на рыночную конъюнктуру; принцип целевой стратегии управления; принцип системности управления конкурентоспособностью; принцип ориентации на конечные результаты; принцип стимулирования.

Представляется важным при формировании системы управления конкурентоспособностью выявить функции, относящиеся к данному объекту управления и установить их взаимосвязь с общими функциями управления. В качестве основных функций управления конкурентоспособностью рекреационной услуги следует выделить следующие: планирование повышения конкурентоспособности услуги; организация и координация управления; контроль обеспечения повышения конкурентоспособности; оценка уровня конкурентоспособности услуги; учет и анализ процессов управления конкурентоспособностью; регулирование процессов управления конкурентоспособностью. В соответствии с определенными функциями управления можно представить структуру системы управления конкурентоспособностью услуги (рис. 2).

Организационно-экономический механизм системы управления конкурентоспособностью услуг должен обеспечить сознательное использование экономических законов, закономерностей для достижения поставленных целей, эффективной реализации целей управления конкурентоспособностью. Организационно-экономический механизм позволяет привести систему в действие. На рис. 2 представлена схема организационно-экономического механизма управления конкурентоспособностью услуг на предприятиях рекреационного комплекса.

Центральное место в организационно-экономическом механизме управления конкурентоспособностью услуг занимает орган управления, который необходимо создать на предприятии или эти функции возложить на отдел или сотрудников, способных эффективно выполнять возложенные на них обязанности. Этот орган управления должен вести анализ конъюнктуры рынка и разрабатывать программу повышения конкурентоспособности услуг: повышения их качества, снижения себестоимости и цен, внедрения маркетинговых мероприятий по формированию спроса, сбыта; осуществлять контроль и анализ конкурентоспособности услуг и обеспечивать ее повышение.

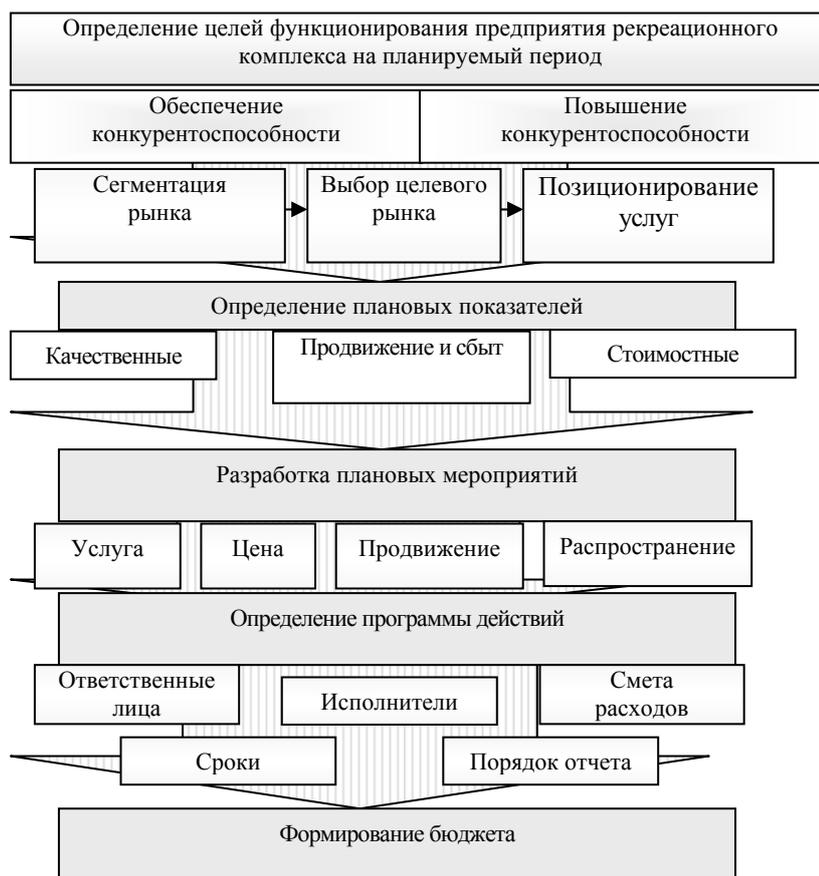


Рис. 1. Этапы планирования конкурентоспособности услуг

Для успешного функционирования системы необходимо создать условия для повышения конкурентоспособности с привлечением всех отделов, служб рекреационного предприятия, связанных с обеспечением конкурентоспособности, так как один орган управления не сможет обеспечить ее рост и поддержание на должном уровне.

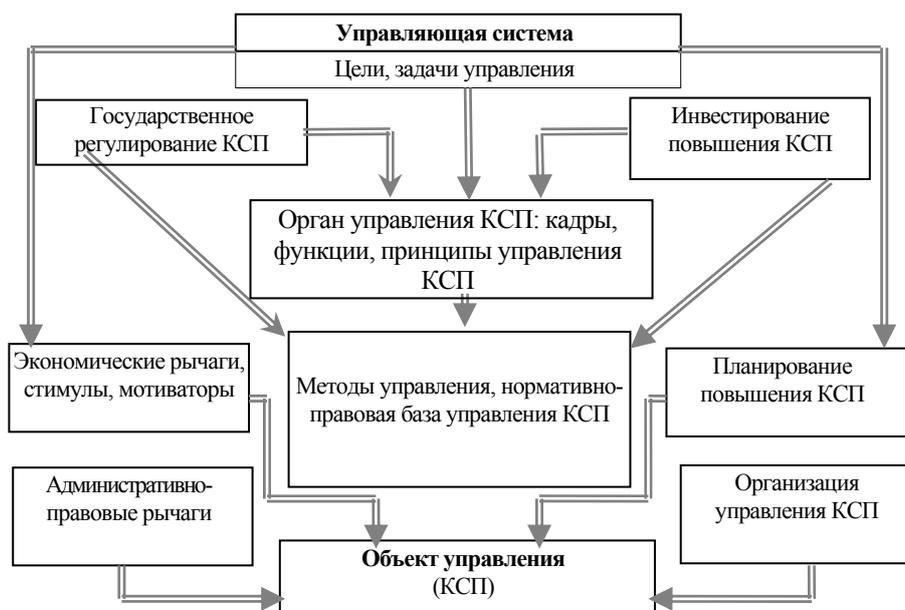


Рис. 2. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью услуг

Выводы. Организационно-экономический механизм управления конкурентоспособностью услуг должен обеспечить преобразование цели в конечный результат. Основным условием достижения цели и эффективности управления являются наличие и эффективное использование трудовых, материально-технических, финансовых

информационных и других ресурсов, без которых невозможно обеспечивать требуемый уровень конкурентоспособности услуг и эффективности финансово-хозяйственной деятельности.

Именно комплексная увязка цели, задач, средств достижения цели и ресурсов позволит достичь запланированных конечных результатов. Это и составляет основу системного подхода к управлению конкурентоспособностью услуг.

Литература

1. Криворотов В.В. Методология формирования механизма управления конкурентоспособностью предприятия: монография. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007. - 238 с.
2. Головин, С.Ф. Факторы конкурентоспособности машин и услуг / С.Ф. Головин.– М.: Изд-во МАДИ(ГТУ), 2002. – 23 с.