

СТРУКТУРА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СЕРВІСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В статті розглянута структура конкурентоспроможності сервісних підприємств. Виділені базові елементи та функціональні види діяльності, що забезпечують їх конкурентоспроможність в ринкових умовах.

Ключові слова: сервісне підприємство; послуга; конкурентоспроможність; структура.

Бобырева Е.В. Структура конкурентоспособности сервисных организаций

В статье проанализирована структура конкурентоспособности сервисных предприятий. Выделены базовые элементы и функциональные виды деятельности, обеспечивающие их конкурентоспособность в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: сервисное предприятие; конкурентоспособность; структура; услуга.

Bobyreva O.V. The structure of service enterprises competitiveness

The article analyzed the structure of the competitiveness of service enterprises. The basic elements and functional activities to ensure their competitiveness in a market economy are highlighted.

Key words: service enterprise; competitiveness; structure; service.

Феномен конкуренції в ринковій економіці, без сумніву, є локомотивом її розвитку. Стимулюючи інноваційні процеси, адаптуючи ціноутворення та витісняючи неефективні підприємства з ринку, конкуренція сприяє вирішенню одного з головних завдань функціонування національної економіки – підвищенню добробуту та рівня життя населення.

В той же час, про рівень добробуту населення окремої країни можна говорити не тільки на підставі наявності в її економіці конкурентних відносин, але й виходячи з долі сфери послуг в структурі її ВВП. В розвинених країнах світу, що вступили на шлях постіндустріального розвитку, в сфері послуг зайняті в середньому 65-75% працездатного населення, на неї припадає близько 50% капіталовкладень та 63-75% ВВП [1, с. 7].

Активно розвивається ця сфера і в нашій країні - доля послуг в структурі ВВП на протязі останніх восьми років перевищує 40%, а за три квартали 2013 року склала 56,2 % [2]. Але якість українських послуг, рівень їх конкурентоспроможності досить умовне, за відгуками вітчизняних та іноземних споживачів, поняття. Відсутність вільної конкуренції в сфері житлово-комунальних, медичних, освітніх послуг, нормативно-правова зарегульованість фінансової, страхової, консалтингової сфери, існування по «залишковому принципу» соціально-культурного обслуговування негативно відбивається на рівні життя українців. Іншими словами, не зважаючи на широкий асортимент формально запропонованих на національному

ринку послуг, громадяни висловлюють гостру споживчу незадоволеність, чим і обумовлена актуальність даної роботи.

Пошук першопричин незадовільної конкурентоспроможності товарів та послуг ведеться достатньо давно. Починаючи з середини двадцятого віку, коли національні ринки капіталістичних країн поступово насичувались і до наших часів, коли турбулентність зовнішнього середовища змішує підприємства самостійно формувати ринкові ніши та «навчати» клієнтів споживати товари та послуги, що ними надаються

Теоретичне супроводження розвитку ринкової економіки та критеріїв конкурентоспроможності підприємства можна знайти в роботах багатьох вчених, серед яких авторитетом користуються висновки: Адама Сміта, Д. Рікардо, Д.С. Міля, Дж. Робінсона, Дж. Кейнса, Й. Шумпетера, П. Хейне, Ф.А. Хайек, Ф. Найт, К.Р. Макконела, С.Л. Брю, М. Портера. Щоб глибше зрозуміти багатогранність поняття конкуренція, наведемо деякі її визначення, сформульовані означеннями вище авторами. Наприклад, К.Р. Макконел та С.Л. Брю [4, с. 450] розглядали конкуренцію як наявність на ринку великої кількості незалежних покупців та продавців, що можуть вільно входити та покидати його. Фрідріх А. фон Хайек [3, с. 29] визначав її як процес, за допомогою якого люди одержують та передають знання. Засновник теорії інновацій Йозеф Шумпетер [5] вважав конкуренцію суперництвом старого з новим. Майкл Портер в своїй книзі «Міжнародна конкуренція» [6] розглядав її як динамічний

процес, що дає нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси, нові сегменти ринку. Але в розвинених країнах, які представляють ці поважні автори ефективність механізму конкуренції в забезпеченні населення високоякісними товарами та послугами визначається не розмаїттям її визначень, а досконалістю ринкових відносин, що склалися й підтримуються урядами цих країн. Пошук теоретичного підґрунтя конкурентоспроможного розвитку вітчизняного сервісу звернув нашу увагу на роботи відомих вітчизняних та російських економістів.

Адаптацією теорії конкуренції до умов трансформаційної економіки серед інших займалися Р.А. Фатхутдинов, Г.В. Осовська [3], які досягли особливих успіхів, в вирішенні цієї задачі сформувавши теоретичні основи управління конкурентоздатністю підприємств в умовах вітчизняної економіки. Але сервісна діяльність, з позиції її особливих вимог до організації та технології виконання, в напрямку забезпечення конкурентоздатності не розглядалась.

Системо утворюючими роботами по становленню та розвитку сервісної діяльності в національній економіці є роботи В.В. Апопія [1], авторському колективу під керівництвом якого вдалося систематизувати вітчизняну організаційну структуру сервісної діяльності та функціональні процеси притаманні основним її видам.

Спираючись на наукові досягнення названих авторів, метою дослідження є виокремлення структурних елементів функціонування сервісних підприємств, що забезпечують їх конкурентоспроможність в умовах ринкової економіки.

Фактор конкуренції носить примусовий характер, формуючи структуру конкурентоспроможності підприємства ще до її виходу на ринок послуг. Згідно з М. Портером для усіх видів сервісної діяльності можна виокремити п'ять параметрів згідно з якими визначається конкурентне оточуюче середовище: потенційні конкуренти, продукти заміники, споживачі, постачальники та конкуренти усередині галузі [6]. Впливаючи на сервісне підприємство ще на етапі його формування, вони вкладають в нього елементи забезпечення конкурентоздатності.

Крім того, конкурентоспроможність – це відносне поняття, чітко прив'язане до конкретного ринку, часу продажу, покупця. Тому структура конкурентоспроможності сервісних підприємств може мати індивідуальні

особливості не тільки в рамках національних, але й регіональних економік. В свою чергу, все можливе розмаїття елементів конкурентоспроможності поєднує між собою їх участь в створенні споживчої вартості послуг, які підприємство пропонує на ринку.

В економіці появу поняття «вартості» пов'язують з роботою А. Сміта «Багатство націй», де він виокремив вартість для споживання та вартість для обміну [3]. Сучасні менеджери та маркетологи сприймають вартість як її спроможність задовольняти потребу, чи забезпечувати вигодою споживача.

Колективу авторів під керівництвом Кенгіза Хаксевера вдалося структурувати поняття «споживчої вартості послуги» в економічних чинниках функціонування сервісного підприємства. Вони виокремлюють: сприйнятливую якість послуги, внутрішні та зовнішні особливості її споживання, ціну в вартісному та не грошовому вимірі, час, в тому числі необхідний для одержання послуги та збережений внаслідок її споживання, отримані переваги [7, с. 126-130].

Представлена структура споживчої вартості послуги є змістовною основою її конкурентоспроможності. Кожен вид сервісної діяльності, згідно своєї спрямованості, вкладає відповідне наповнення в кожен з визначених чинників, але треба пом'ятати, що споживачі купують послуги тільки тоді, коли сприймають їх цінність. Відповідаючи на питання кого і як потрібно обслуговувати для отримання прибутку, споживча вартість формує головні положення операційної стратегії сервісного підприємства.

Операційну стратегію сервісного підприємства можна визначити як неперервне удосконалення елементів, засобів та процесів перетворення всіх видів вхідних ресурсів в послуги, що мають споживчу вартість. Означене удосконалення здійснюється на основі даних аналізу зовнішнього середовища.

Операційна стратегія сервісного підприємства реалізується в процесі функціонування його операційної системи. Особливістю її проектування є одночасна розробка споживчої вартості послуги (концепції обслуговування) та сервісних процесів, що її втілюють. Данні аналізу споживацьких переваг та змістовне наповнення чинників споживчої вартості, які повинні втілюватись в процесі обслуговування, обумовлюють параметри операційної системи сервісного підприємства. В еталонному стані вона являє

собою найбільш ефективний та вигідний спосіб реалізації концепції обслуговування підприємства.

Для трансформації концепції обслуговування в критерії функціонування операційної системи сервісного підприємства треба здійснити вибір варіантів в наступних сферах: матеріальній, технологічній, професійній, територіальній, дизайну, інформаційній.

Вирішення проблеми формування структурних параметрів операційної системи передбачає також визначення її пропускної можливості, сервісної продуктивності, функціональної надійності, пожежної та санітарно-гігієнічної безпеки, рівня стандартизації праці та операційних процесів.

В загальному розумінні, продуктивність сервісного підприємства – це співвідношення обсягу реалізованих послуг в грошовому вимірі с обсягом ресурсів (матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних) витрачених на їх надання. Цей показник відображає рівень операційної компетентності, якого досягло підприємство в певному виді сервісної діяльності. Грамотно спроектована, організована та керована операційна система підтримує рівень його конкурентоспроможності наступними методами: мінімізацією витрат на одиницю обслуговування, адаптацією до фактичного попиту, швидкістю обслуговування, технічними параметрами сервісу (надійністю, безболісністю, продовженням строком служби), можливістю індивідуального обслуговування за бажанням клієнта, гарантією відповідності.

Загальні та індивідуальні особливості кожного виду сервісної діяльності вимагають загострити увагу на відповідних їм характеристиках операційних систем, що вперше були класифіковані англійською вченою Джоан Вудворд у 1958 році. В своєму дослідженні виробничих підприємств вона виявила, що їх ефективність напряму залежить від відповідності їх організаційних структур виробничим технологіям, що вони використовують. Згідно характеру виробничої технології, було класифіковано три типи операційних систем: (1) система дрібносерійного чи поштучного виробництва; (2) система крупносерійного масового виробництва; (3) система безперервного виробництва [8, с. 156]. Для зручності, в вітчизняній теорії менеджменту першу класифікаційну групу поділяють на дрібносерійне й проектне виробництво. Використання даної інформації для визначення елементів

конкурентоспроможності сервісних підприємств можливе тому, що між товаром та послугою існують не тільки розбіжності, але й подібності.

Природа подібності товару та послуги полягає в їх спрямованості на задоволення потреб споживачів яке досягається за допомогою певної технології, результатом від реалізації якої може бути певна речова форма або певний порядок дій, що мають споживчу цінність. Тому більшість відомих теоретичних підходів допускають використання технології сервісної діяльності для класифікації операційних систем відповідних підприємств.

Особливості кожного типу операційної системи, обумовлені технологічними параметрами їх функціонування дають змогу виділити технологію обслуговування, що використовує конкретне сервісне підприємство як елемент конкурентоспроможності сервісного підприємства. Враховуючи її вплив на створення споживчої вартості спробуємо систематизувати послуги, що надаються на українському ринку за ознаками сфери споживання та типом операційної системи. Використовуючи систематизацію послуг, складену під керівництвом професора В.В. Апопії [1, с. 21], введемо в неї важливу для нашого дослідження ознаку типу операційної системи (табл.1). Приведена систематизація розкриває певну закономірність, що переважна більшість послуг виробничого споживання надається проектними чи дрібносерійними операційними системами, населення ж навпаки споживає в основному послуги масового виробництва чи безперервно працюючих операційних систем.

З одного боку це пояснює хронічну споживачу незадоволеність, а з іншого - ставить чіткі умови досягнення технологічної конкурентоспроможності. Як показує світова практика масовий сервіс теж може бути якісним.

Між операційною діяльністю та іншими функціями сервісного підприємства існують досить складні та важливі взаємозв'язки, спрямовані на підтримку його конкурентоспроможності.

Враховуючи, що переважна більшість сервісних підприємств малі та середні за розміром, аналіз їх організаційної структури може не давати наочної інформації, про структуру підрозділів, що підтримують роботу операційної системи. Його, в рамках сервісних підприємств, краще проводити на функціональному рівні.

Систематизація послуг залежно від сфери споживання та типу операційної системи

Вид операційної системи	Група послуг	Вид послуг
Виробниче споживання		
Проектна	Інжиніринг	Послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу. Послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції.
	Ліцензійні послуги	Франчайзінг. Патенти. Ноу-хау. Торговельні марки.
	Консалтинг	Експертні. Управлінські. Облікові. Аудиторські. Маркетингові. Екаунтинг. Консультаційні Інформаційні.
Дрібносерійна	Транспортні послуги	Транспортно-експлуатаційні. Транспортно-експедиційні. Транспортні зв'язки.
	Торговельно-посередницькі послуги	Страхові. Косигнаційні. Компенсаційні Торговельні. Агентські. Брокерські. Комісійні. Аукціонні.
Масове виробництво	Фінансові послуги	Кредитні і розрахункові. Факторінг. Лізинг.
Особисте споживання		
Проектна	Побутові послуги	Ремонт взуття. Індивідуальне пошиття взуття, швейних виробів та ін.. Ремонт побутових машин і приладів. Ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів. Хімічне чищення та фарбування. Ремонт і будівництво житла. Послуги фото- та фотокіно - лабораторій Послуги перукарень. Послуги прокатних пунктів. Перевезення вантажів для населення. Ритуальні послуги.
Масове виробництво	Соціально-культурні послуги	Санаторно-курортні й оздоровчі послуги. Послуги у сфері культури. Туристсько-екскурсійні послуги. Послуги з фізичної культури і спорту. Охорона здоров'я. Послуги з утримання дітей в дошкільних закладах.
	Послуги пасажирського транспорту	Послуги міського транспорту. Послуги залізничного транспорту. Послуги авіаційного транспорту. Послуги морського і річкового транспорту.
	Торговельні послуги	До продажні, в процесі продажу і після продажні послуги. Стоянка автотранспорту
Безперервне виробництво	Житлово-комунальні послуги	Квартирні послуги. Послуги газопостачання. Послуги водопостачання. Послуги тепло забезпечення.
	Послуги зв'язку	Послуги телезв'язку. Послуги радіозв'язку. Інтернет – послуги.

По-перше, конкурентоспроможна сервісна діяльність залежить від креативності перетворень споживчих потреб та очікувань в технологічні параметри роботи операційної системи.

Другою функцією, що підтримує операційну діяльність сервісного підприємства є маркетингова діяльність. Головну мету маркетингової діяльності можна визначити як забезпечення оптимального співвідношення між попитом та пропозицією послуг з боку підприємства, досягнення відповідної швидкості їх просування.

По-третє, функція забезпечення операційної системи сервісного підприємства трудовими ресурсами виконує завдання по плануванню, набору та відбору персоналу, його навчанню та розвитку. Треба враховувати, для забезпечення конкурентоспроможності, що операційна сис-

тема сервісного підприємства надто чутлива до якості трудових ресурсів, незалежно від рівня потрібної кваліфікації. Насамперед це обумовлене тим, що технологія обслуговування споживачів в будь-якому виді сервісної діяльності сприйнятлива до суб'єктивного впливу з боку виконавця. професійній територіальній дизайну інформаційної:

Четверта функція, що підтримує роботу операційної системи сервісного підприємства – фінансова. Рациональне вирішення питань використання грошових коштів з метою максимізації доходів підприємства обумовлене, перш за все, розумінням особливостей сервісної технології, завдяки якій їх заробляють і на розвиток якої вони спрямовуються.

Проведене дослідження дозволяє систематизувати структурні елементи ти конкурентоспроможності сервісних підприємств наступним чином (рис.1).



Рис. 1. Структура конкурентоспроможності сервісного підприємства

Отже, як бачимо, в структурі конкурентоспроможності сервісного підприємства елементи, що її утворюють, мають внутрішню динаміку. Її характер залежить від виду сервісної діяльності, рівня технологічного прогресу, цільової аудиторії, циклічності споживання та ринкової кон'юнктури. Якщо розглядати конкурентоспроможність сервісного підприємства, як стратегічну ціль його розвитку, то її досягнення, в першу чергу, буде залежить від організуючих дій, спрямованих на забезпечення ефективної взаємодії визначених елементів. Якісні та кількісні параметри конкурентоспроможності за певний проміжок часу, можуть бути досягнуті за рахунок ефективності функціональних елементів та деталізації споживчої вартості послуг, що пропонуються визначеній цільовій аудиторії.

Формування змісту поняття «структура конкурентоспроможності» досить актуальне для менеджменту сервісних підприємств. Його завдання визначити незмінні елементи, що обумовлюють перемогу підприємства в конкурентній боротьбі, не зважаючи на характер сервісної діяльності. Власне структуру можна розглядати, як узгодженість часток цілого [7, с. 90], що, враховуючи багатогранність поняття «конкурентоспроможність», значно ускладнює завдання. Тому, вихідною точкою став для нас критерій споживчої вартості, з якого, в свій час, було розпочато пошук першопричин багатства націй.

Проаналізувавши понятійний зміст споживчої вартості послуг, систематизований авторським колективом Кенгіза Хаксевера, дійшли висновку, що вона, є сутнісною осно-

вою конкурентоспроможності послуг, функціональним втіленням якої є технологія їх надання. В свою чергу, технологія обслуговування обумовлює параметри операційної системи сервісного підприємства, завдяки злагодженій роботі якої кожна надана послуга отримує певну споживчу вартість. Злагоджена робота операційної системи, як було з'ясовано, не можлива без функціональної підтримки менеджменту, маркетингу, інновацій, персоналу та фінансів, початкову стадію технологічного процесу – матеріально-технічне забезпечення окремо не розглядалась.

Таким чином, незалежно від розмірів, форми власності та виду діяльності, структура конкурентоспроможності сервісного підприємства – це сукупність усталених елементів, без яких неможливе створення споживчої вартості послуг.

ЛІТЕРАТУРА

1. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. / За ред. В.В. Анопія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
2. Державна служба статистики України. Офіційний веб-сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Управління конкурентоздатністю організації: навч. посіб. / За ред. Р.А. Фатхутдінова – К.: «Кондор», 2009. 470 с.
4. Макконел К.Р., Брю С.Л. Економікс: принципи, проблеми, політика: учебник / К.Р. Макконел; [пер. с англ.]. – К.: «Хагар-Демос», 1993. – 785 с., табл., граф.
5. Шумпетер Й. Теория экономического развития : монография / Й. Шумпетер ; [пер. с англ.]. – М.: Прогресс, 1982. – 340 с.
6. Портер М. Международная конкуренция : монография / М. Портер ; [пер. с англ.]. – М. : Международные отношения ; «Интел Синтез», 1998. – 680 с.
7. Управление и организация в сфере услуг : учебник / Под ред. К. Хаксевера ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2002. – 752 с.
8. Холл Р.Х. Организации : структуры, процессы, результаты : монография / Р.Х. Холл ; [пер. с англ.]. – СПб. : Питер, 2001. – 512 с.

REFERENCES

- Derzhavna sluzhba statistiki Ukraini. Ofitsiyniy veb-sayt [State statistics service of Ukraine]. – *Rezhim dostupu* : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
- Kholl R.Kh. Organizatsii : struktury, protsessy, rezultat [Organizations: structure, processes, results]. – SPb. : Piter, 2001.
- Makkonel, K.R., and Bryu, S.L. Ekonomiks: printsipy, problemy, politika: uchebnik / K.R. Makkonel; [Economics: principles, problems, politics]. – K.: «Khagar-Demos», 1993.
- Organizatsiya i tekhnologiya nadannya poslug [Organization and technology of rendering of service] Za red. V.V. Apopiya. – K.: VTs «Akademiya», 2006.
- Porter M. Mezhdunarodnaya konkurentsya [International competitiveness]. Moskva: Mezhdunarodnye otnosheniya ; «Intel Sintez», 1998.
- Shumpeter Y. Teoriya ekonomicheskogo razvitiya [Theory of economic development]: monografiya / Y. Shumpeter; [per. s angl.]. – M.: Progress, 1982.
- «Upravlenie i organizatsiya v sfere uslug» [Management and organization in service industries]. – SPb. : Piter, 2002. .
- «Upravlinnya konkurentozdatnistyu organizatsii» [Enterprise competitiveness control]: navch.posib / Za red. R.A. Fatkhutdinova – K.: «Kondor», 2009.

Бобырева Елена Владимировна,

к.э.н., доцент,
Крымский экономический институт ГВУЗ
«Киевский национальный экономический
университет имени Вадима Гетьмана»,
E-mail: olena_bobyreva@ukr.net

Bobyreva Yelena Vladimirovna,

Candidate of economic sciences,
Associate Professor,
Crimean Economic Institute of Vadym Het-
man of Kyiv National Economic University,
E-mail: olena_bobyreva@ukr.net