

УДК 338.4

Основные индикаторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг

Маргарита Карапетовна Каранович

Сочинский государственный университет, Россия

E-mail: kmko79@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются индикаторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг. Изучена структура конкурентоспособности, факторы конкурентоспособности, а также процесс формирования конкурентоспособности услуги. Также автором рассмотрены уровни оценки конкурентоспособности услуги на основе интегрального метода.

Ключевые слова: конкурентоспособность; факторы конкурентоспособности; уровень оценки конкурентоспособности услуги; основные индикаторы конкурентоспособности услуги; кумулятивный индикатор экономической эффективности.

Введение. Анализ существующих подходов к оценке конкурентоспособности позволяет предложить методические рекомендации по проблеме, учитывающие особенности сферы услуг и предоставляющие возможность практического применения с целью диагностики предприятий сферы услуг на рынке и дальнейшего обеспечения конкурентоспособности. Поскольку конкурентоспособность предприятия является сложным и комплексным понятием, то для ее оценки необходимо подробно рассмотреть основные ее составляющие. С нашей точки зрения структура конкурентоспособности следующая:

- сама услуга, которая предлагается потребителям, ее привлекательность;
- экономическая деятельность предприятий сферы услуг;
- организация продвижения и сбыта предприятий сферы услуг.

Результаты. Исходя из специфики деятельности предприятий сферы услуг, представим основные факторы, которые формируют конкурентоспособность (рис. 1).

Определим три группы факторов, которые характеризуют конкурентоспособность предприятий сферы услуг: конкурентоспособность услуги с позиций ее привлекательности, экономическая эффективность функционирования как экономический результат деятельности предприятий сферы услуг, эффективность продвижения и реализации услуг.



Рис. 1. Факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг

Изучим каждую из составляющих процесса оценки конкурентоспособности. Ценовые и качественные индикаторы определяют конкурентоспособность услуги. Эффективная деятельность, связанная с обслуживанием клиентов, проявляется в первую очередь в степени удовлетворенности потребителя, то есть определяется потребительской привлекательностью. Поэтому в процессе оценки конкурентоспособности услуги основное внимание будет уделено соотношению цены и качества (рис. 2) [1].

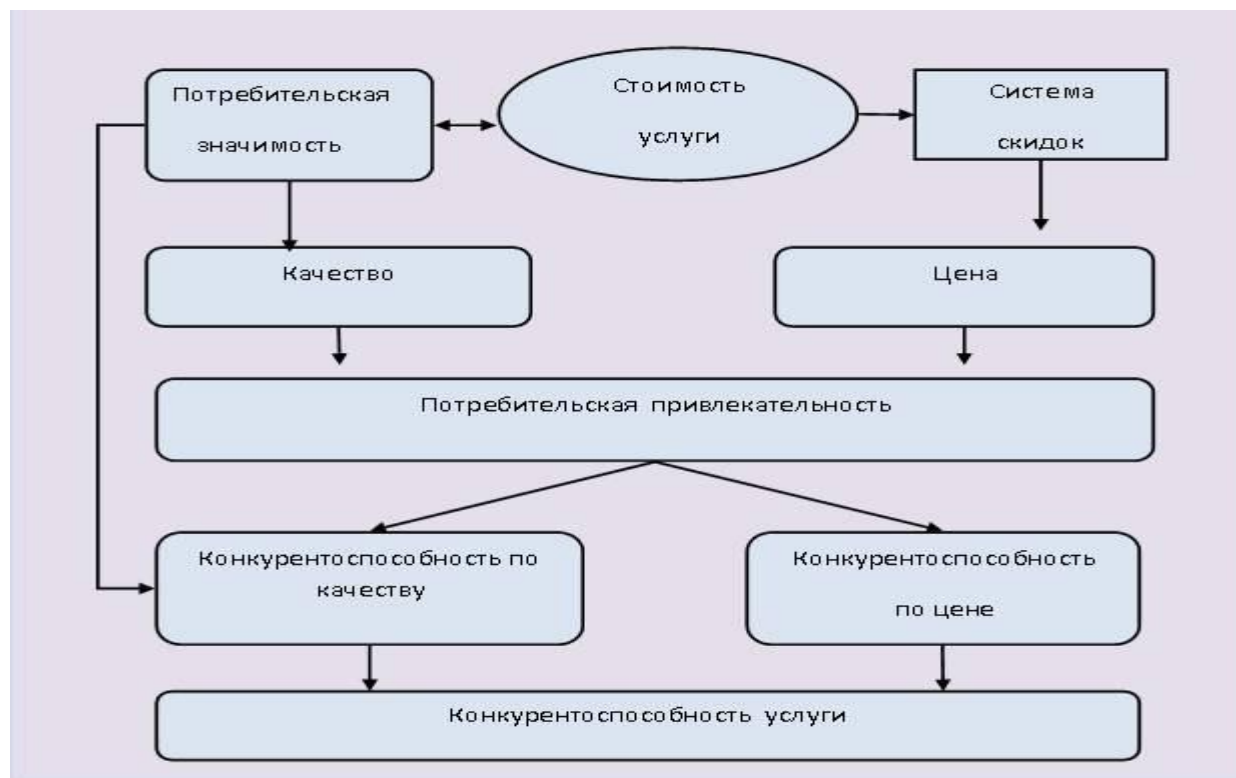


Рис. 2. Процесс формирования конкурентоспособности услуги

Следующим этапом является определение количественной составляющей, которая формирует конкурентоспособность услуги. В условиях конкурентной борьбы за потребителя услуг главной целью предприятий сферы услуг считается получение определенного дохода при условии обеспечения соответствующего качества обслуживания потребителей и снижения издержек, связанных с оказанием данных услуг. Уровни оценки конкурентоспособности услуги на основе интегрального метода можно представить в виде рисунка 3.

Уровень 1
Системность критерия, необходимая для оценки конкурентоспособности услуги
Уровень 2
Определение необходимых критериев, влияющих на конкурентоспособность услуги
Уровень 3
Расчет значимости критериев с точки зрения обеспечения конкурентоспособности услуги
Уровень 4
Определение значений критериев конкурентоспособности услуги на основе экспертных оценок
Уровень 5
Расчет обобщающих критериев конкурентоспособности услуги
Уровень 6
Расчет интегрального критерия конкурентоспособности услуги
Уровень 7
Использование интегрального критерия для анализа конкурентоспособности

Рис. 3. Уровни оценки конкурентоспособности услуги на основе интегрального метода

Оценка конкурентоспособности на основе интегрального метода предполагает определенный перечень качества обслуживания, который и определяет положительную эффективность деятельности. В систему критериев для оценки качества услуги с нашей точки зрения необходимо включить критерии, которые связаны с услугой и с процессом обслуживания. Данные критерии могут быть выражены в различных единицах измерения, что создает дополнительные трудности в определении результатов. Для успешного решения проблемы считаем необходимым производить их расчет в баллах. Предлагаемый способ позволит сформировать единый индикатор, характеризующий конкурентоспособность услуги. Подобные расчеты предлагаем производить на основе опросов потребителей и оценок экспертов, в качестве которых выступили руководители предприятий сферы услуг. Данный подход в большей степени ориентирован на потребности самих клиентов [2].

Как уже было сказано выше, основными составляющими конкурентоспособности услуг являются экономические критерии, характеризующие качество обслуживания и цену, а также факторы эффективности продвижения и реализации услуг. В этой связи возникает необходимость анализа экономической эффективности деятельности предприятий сферы услуг.

В настоящее время существует большое количество индикаторов, которые используются для анализа экономической эффективности. Наиболее существенными для оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг с нашей точки зрения являются следующие: объем продаж услуг, экономическая рентабельность, эффективность использования материально-технической базы. Предлагаем использовать кумулятивный индикатор экономической эффективности деятельности предприятий сферы услуг, включающий в себя, помимо оценки эффективности финансовой деятельности, эффективность использования материально-технической базы и эффективность персонала.

$$I_{EE} = \sqrt[3]{I_{FA} \times I_{NR} \times I_{EP}}, \text{ где: } (1)$$

I_{EE} – кумулятивный индикатор экономической эффективности;

I_{FA} – индикатор эффективности финансовой активности;

I_{NR} – индикатор эффективности материально-технической базы;

I_{EP} – индикатор эффективности персонала.

Представленный кумулятивный индикатор экономической эффективности, по нашему мнению, более информативен по сравнению с другими экономическими индикаторами, которые характеризуют финансовое положение: финансовая устойчивость, ликвидность, автономия, которые сами по себе недостаточно характеризуют степень конкурентоспособности [3, 4].

Следующим этапом оценки конкурентоспособности предприятий сферы услуг являются такие критерии, как качество и цена предоставляемых услуг. Информацию об удовлетворенности потребителей качеством оказываемых услуг и уровнем цен получают на основе результатов опросов экспертов и анализа анкет обслуженных клиентов. В данном случае учитывались следующие критерии, имеющие решающее значение при выборе предприятия сферы услуг: образ организации, цена услуги, состояние материально-технической базы, месторасположение, профессиональный уровень персонала, набор дополнительных услуг, качество обслуживания. По результатам экспертных оценок представляется возможным рассчитать индикатор конкурентоспособности качества услуг предприятий сферы услуг. Индикатор конкурентоспособности (I_{CPT}) каждого в отдельности предприятия рассчитывается по формуле:

$$I_{CPT} = \Pi_1 / \Pi_2; \quad (2)$$

где Π_1 и Π_2 – площади фигур многоугольника конкурентоспособности анализируемого предприятия сферы услуг и предприятия сферы услуг-конкурента.

$$\Pi = \frac{1}{2} \sin \frac{360^\circ}{c} \sum_{i=1}^m f \times s, = \frac{1}{2} \sin \frac{360^\circ}{c} (f_1^I s_1^I + f_2^I s_2^I + \dots + f_n^I s_n^I), \quad (3)$$

где c – число учитываемых критериев;

f – балльное значение первого критерия;

S – балльное значение последующего критерия.

Фактор, который формирует интегральный показатель услуги, является фактором продвижения и реализации продукта. Для анализа и оценки нами будет использоваться информация, связанная с рентабельностью продаж, эффективностью рекламы и возможностью получения информации об услуге и его покупкой посредством сети Интернет. Данная информация нашла свое отражение в кумулятивном индикаторе, который характеризует эффективность продаж продукта.

$$I_{ME} = \sqrt[4]{I_{PS} \times I_{AE} \times I_{IE}}, \text{ где:} \quad (4)$$

I_{ME} – кумулятивный индикатор сбытовой эффективности услуг предприятия сферы услуг;

I_{PS} – доход рентабельности продаж;

I_{AE} – индикатор рекламной эффективности;

I_{IE} – индикатор эффективности продаж посредством глобальной сети Интернет.

Обобщая полученные выше исследования, кумулятивный индикатор конкурентоспособности предприятий сферы услуг можно рассчитать следующим образом:

$$I_{CPT}^I = I_{EE}^I + I_{QS}^I + I_{ME}^I, \text{ где:} \quad (5)$$

I_{CPT}^I – кумулятивный индикатор конкурентоспособности предприятий сферы услуг;

I_{EE}^I – индикатор экономической эффективности;

I_{QS}^I – индикатор конкурентоспособности качества услуг предприятий сферы услуг;

I_{ME}^I – индикатор эффективности сбыта услуги.

Заключение. Отметим, что предложенные рекомендации позволяют проанализировать и оценить уровень конкурентоспособности организаций, работающих в сфере услуг. Указанные рекомендации позволяют также определить причину снижения конкурентоспособности предприятия сферы услуг (в случае низкого значения рассчитываемого индикатора), чтобы ее устранить в ходе реализации управленческих воздействий.

Примечания:

1. Мишин В.М. Менеджмент качества и конкурентоспособности продукции: Учебное пособие. Текст / В.М. Мишин. М.: ГАУ, 2003. 278 с.
2. Селезнев А.З. Конкурентные позиции и инфраструктура рынка России. М.: Юрист, 2007. 384 с.
3. Портер М. Конкуренция. М.: Вильямс, 2005.
4. Рубин Ю.Б. Теория и практика предпринимательской конкуренции: Учебник для вузов. Изд. 7-е, перераб., доп. Серия: Университетская серия. Издательство: Маркет ДС (2008 г.). 608 с.

UDC 338.4

Major Indicators of Service Businesses Competitiveness

Margarita K. Karanovich

Sochi State University, Russia
E-mail: kmko79@mail.ru

Abstract. The article is focused on service businesses competitiveness indicators, studies the competitiveness structure, as well as the process of service competitiveness forming. The author considers the levels of service competitiveness estimation, based of integral method.

Keywords: competitiveness; competitiveness factors; level of service competitiveness estimation; major indicators of service competitiveness; cumulative indicator of economic efficiency.