

СУЩНОСТЬ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

Ушакова Ольга Александровна

кандидат экономических наук, доцент кафедры информатики РЭУ им. Г. В. Плеханова.
Адрес: ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова»,
117997, Москва, Стремянный пер., д. 36.
E-mail: ushakova-reu@yandex.ru

Формирование стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг является неотъемлемым атрибутом экономической политики успешных на образовательном рынке организаций. В статье исследуется сущность организаций сферы услуг, категориальный аппарат, а также внутренние и внешние факторы, влияющие на уровень конкурентоспособности. На основании рассмотрения условных временных границ, стратегической конкурентоспособности организаций сферы услуг, находящихся на этапе активного развития и расширения, был сделан вывод, что конкурентоспособность данных организаций – это возможность противостоять внешнему конкурентному окружению в будущем на основе эффективной деятельности организации в настоящем периоде. В совокупности с оценкой социально-экономических отношений была произведена группировка проблем организаций сферы услуг.

Ключевые слова: категория, конкуренция, стратегия, перспективность, конкурентные преимущества.

THE ESSENCE OF STRATEGIC COMPETITIVENESS OF SERVICE SECTOR ORGANIZATIONS

Ushakova, Olga A.

PhD, Assistant Professor of the Department for Information Science of the PRUE.
Address: Plekhanov Russian University of Economics, 36 Stremyanny Lane, Moscow, 117997,
Russian Federation.
E-mail: ushakova-reu@yandex.ru

Shaping strategically competitive enterprises in the service sector is an integral part of economic policy of successful organizations functioning on education market. The article investigates the essence of service sector organizations, category tools, as well as internal and external factors affecting the level of competitiveness. By studying term and time limits of strategic competitiveness of service sector organizations functioning at the stage of development and extension the author came to the conclusion that competitiveness of these organizations can be seen as an opportunity to withstand the external competitive surrounding in the future on the basis of efficient work of the organization at present. In line with assessment of social and economic relations problems of service sector organizations have been grouped.

Keywords: category, competition, strategy, promising character, competitive advantages.

Под организацией непроизводственного характера подразумевают субъект, который предоставляет услуги с целью удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли. В основе любого научного исследования, социокультурного явления лежит категорийный аппарат, который через систему символов и понятий передает знаковое выражение исследуемой категории. Категорийный аппарат создается на основе теории и практики экономической деятельности, формируя общепринятые в профессиональном сообществе определения, поэтому практическая деятельность не может быть отделена от теоретических изысканий. Следовательно, степень разработанности категорийного аппарата оказывает непосредственное влияние на научную парадигму, в рамках которой формируется методика исследования функциональных процессов. Концептуальное значение имеет анализ категорий, составляющих основу функционирования рассматриваемой сферы [5. – С. 24].

Этиологически категория «конкурентоспособность» является смысловым сочетанием терминов «конкуренция» и «способность», т. е. конкурентоспособность организации сферы услуг – это свойство соединять в себе способность и возможность противостоять внешнему конкурентному окружению на основе сформированных внутренних характеристик. Центральное место в системе экономических категорий, определяющих конкурентоспособность организации, занимает термин «конкуренция». Для организаций сферы услуг можно выделить ряд специфических особенностей конкуренции: динамический характер конкурентного поля; значительное количество конкурентов разных форм собственности и принадлежности; синтез элементов конкурентного соперничества и сотрудничества; зависимость уровня и интенсивности конкуренции от квалификации персонала; высокую степень дифференцированности услуг; возможность подстраиваться под индивидуальные требова-

ния потребителя. Все они делают рынок услуг рынком монополистической конкуренции, где каждая организация обладает собственными монопольными преимуществами.

Внешние составляющие данной категории зависят от уровня технико-технологической оснащенности; рыночной конъюнктуры и платежеспособности населения; уровня государственного субсидирования; устойчивости организационного механизма; государственного маневрирования ресурсами для создания потребительских структур определенного вида знаний; организации правил экономического поведения, выгодных для большинства участников потребительской цепочки; государственного маркетинга определенных видов знаний; инвестиционного климата; отраслевых барьерных фильтров и пр.

Внутренняя составляющая категории включает методологическую разработанность, качественное предоставление услуг, имиджевые характеристики организации, маркетинг услуг, стандартизацию и сертификацию услуги организации, финансовую устойчивость, обеспечение управления и действенный механизм принятия решений, технико-технологическое оснащение и пр. Все вышеприведенное составляет потенциал эффективности организации, заключающийся в экономических, социальных, психологических знаниях, лежащих в основе проявления эффективных преимуществ и способных выдать положительный результат при минимальных потерях. Таким образом, конкурентоспособность организации сферы услуг – это потенциал эффективного функционирования системы внутренних и внешних составляющих при возможности получения максимально положительного результата от деятельности услуг по передаче знаний.

В силу того, что современные экономические отношения возникают на трех уровнях (микро-, мезо- и макроуровне), конкурентные характеристики и факторы, их определяющие, можно также подразделить на микро-, мезо- и макроуровневые (рис. 1).

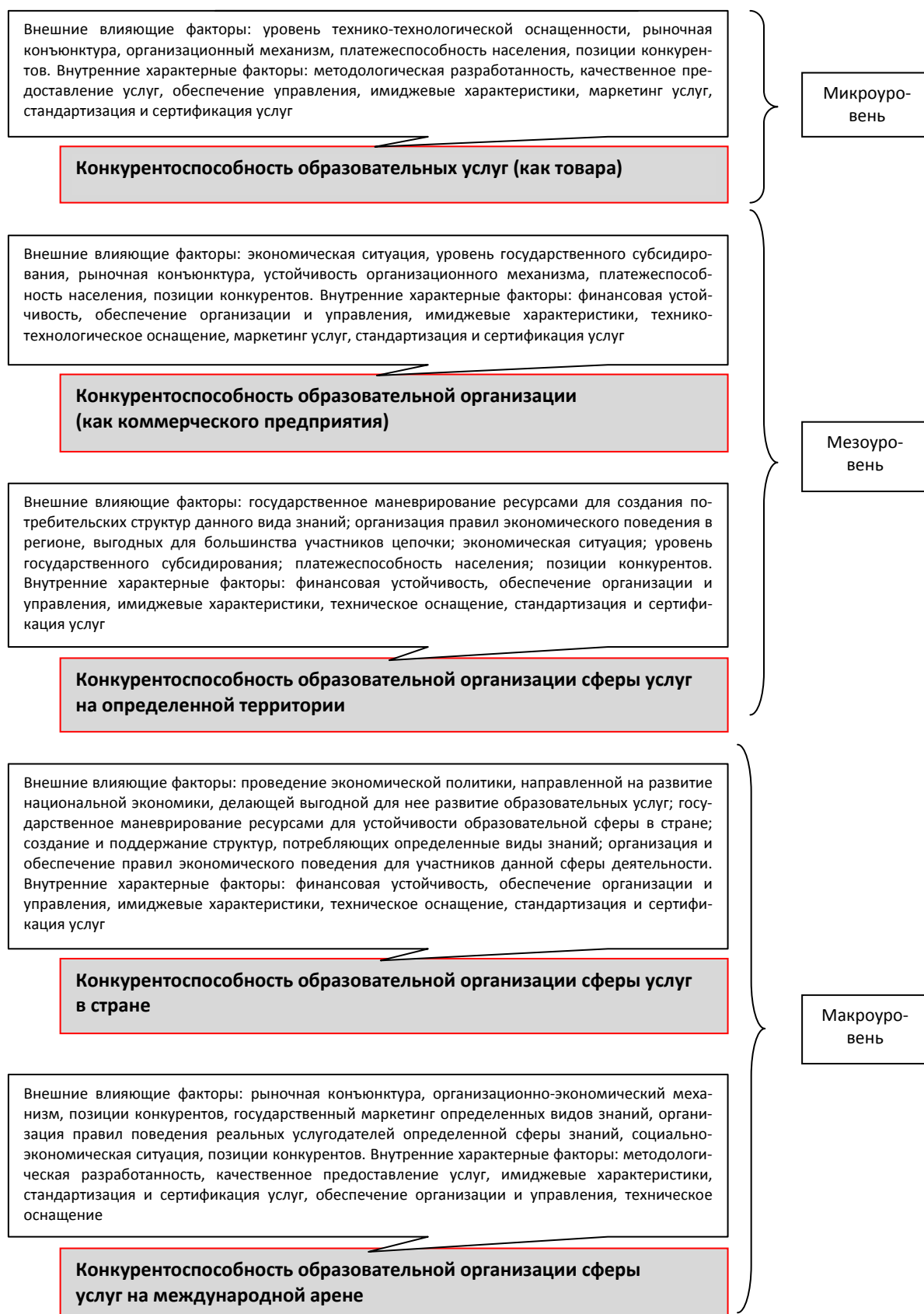


Рис. 1. Внешние и внутренние составляющие сферы услуг по микро-, мезо- и макроуровням

К микроуровню относится конкурентоспособность образовательных услуг (как товара), отражающая качественный уровень добытых и переданных знаний. К мезоуровню можно отнести конкурентоспособность образовательной организации (как коммерческого предприятия) и конкурентоспособность образовательной организации сферы услуг на определенной территории, воспроизводящих улучшение использования имеющихся производственных и территориальных ресурсов. К макроуровню относится конкурентоспособность образовательной организации сферы услуг в стране и конкурентоспособность образовательной организации сферы услуг на международной арене, отражающие общее состояние механизма хозяйственных систем, их сбалансированность, инвестиционный климат, налоговый режим, тарифно-таможенную политику и т. п.

Как показано на рис. 1, все уровни конкурентоспособности строго иерархичны. Конкурентоспособность складывается под влиянием внешних факторов и характерных внутренних факторов на всех представленных уровнях.

С учетом специфичности содержания и процесса оказания услуг можно дать следующее определение рассматриваемой дефиниции: стратегическая конкурентоспособность организаций сферы услуг – это потенциал эффективности оказываемых услуг, который позволяет услугодателю активно конкурировать на рынке с целью достижения максимального конкурентного преимущества в долгосрочной перспективе с учетом меняющихся условий внешней и внутренней среды.

Несмотря на признание динамического характера конкурентоспособности [1], дискуссионным остается вопрос об определении временных границ стратегической конкурентоспособности. С одной стороны, в рамках концепции стратегического управления для отнесения явления к стратегическому определен временной период от 5 до 10 лет, но в условиях совре-

менной социально-экономической системы, когда увеличились уровень неопределенности и скорость изменений, говорят о стратегическом плане на 3–5 лет.

В контексте авторского понимания стратегической/перспективной конкурентоспособности как потенциала эффективности услуг можно сделать вывод, что как сложная многокритериальная категория стратегическая конкурентоспособность формируется преимущественно в плоскости теоретической стратегии, а реализуется в плоскости практической тактики.

Формирование стратегической конкурентоспособности в плоскости теоретической стратегии и практической тактики связано с рядом противоречий.

С одной стороны, в условиях нестабильности экономики имеет место усиление флуктуационных и энтропийных экономических процессов, а следовательно, и возрастание уровня неопределенности и риска, влияние которых сложно учесть на длительный период времени.

С другой стороны, увеличивается потребность в долгосрочном управлении, в рамках которого будут разработаны стратегии, направленные на повышение эффективности деятельности организации.

С учетом динамических и вариативных компонентов экономической среды можно предположить, что перспективная конкурентоспособность организаций образовательных услуг не имеет четко ограниченных временных рамок и может быть рассмотрена по временным зонам. Целесообразно разделить весь интервал на несколько условных временных зон, обладающих определенными характеристиками: зону комфорта, зону альтернатив и зону волатильности.

Зона комфорта для теоретической стратегии и практической тактики характеризуется для организации низким уровнем риска и значительным временным лагом с неизвестным конкурентным результатом. Взаимодействие между организацией-услугодателем и услугопотребителем в данной зоне прямолинейное с устоявши-

мися информационными линиями связи и точками пересечения экономических интересов.

Зона альтернатив – это зона изменчивости и неустойчивого конкурентного положения организации относительно соперников на рынке. Она характеризуется для организации высоким уровнем риска, небольшим временным лагом с неизвестным конкурентным результатом. В данной временной зоне возникает необходимость принимать во внимание большое количество альтернативных сценариев развития при неведомой реакции услугопотребителей на действия со стороны услугодателей. При этом возрастает риск усиления конкурентной борьбы.

Зона волатильности отличается самой высокой степенью неопределенности и максимальными значениями риска и результата. Она характеризуется для организации временным лагом с неизвестным конкурентным результатом. В данной временной зоне даже при условии регулярности бюджетных инвестиций в одну организацию в сравнении с частными вложениями средств в организацию конкурента в итоге может оказаться, что вторая организация показывает большую доходность, нежели вложения в стабильный инструмент получения знаний в первой организации.

Границы каждой из зон нечетки, они имеют тенденцию к взаимопроникновению и приграничному слиянию. Конкурентные стратегии могут быть реализованы в любой из представленных зон. Их содержание и состав конкретных мероприятий будут различны в зависимости от целей, типа конкурентного поведения и стиля руководства, характерного для высшего менеджмента организации в настоящий период. При современных социально-экономических условиях конкурентные стратегии организации сферы услуг могут быть направлены на сохранение и расширение рыночных позиций, улучшение имиджа и бюджетного финансирования. Для услугопотребителей в настоящий

временной период конкурентные стратегии могут вылиться в приобретение более качественных знаний в целях совершенствования своих возможностей. То есть можно сделать вывод, что *в основе формирования стратегической конкурентоспособности лежит потенциал эффективной деятельности организации в настоящем времени.*

Преимущества и недостатки являются детерминантами конкурентоспособности в настоящем периоде, но различными в направлении влияния в будущем периоде. Наряду с конкурентными преимуществами и конкурентными недостатками можно выделить конкурентные перспективы и конкурентные альтернативы, которые являются поправочными коэффициентами для расчетного уровня стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг в будущем, в котором оценка стратегической конкурентоспособности может быть внешней (сравнение с конкурентами) и внутренней (сравнение с собственными показателями в прошлом периоде или с идеальным вариантом). При этом можно разграничить варианты анализа: сравнение с прошлым периодом – ретроспективный анализ; сравнение с идеальным вариантом – перспективный анализ. Таким образом, можно предположить, что стратегическая конкурентоспособность – это долгосрочная способность организации сферы услуг идеально решать возникающие проблемы с учетом прогнозной динамики развития экономической системы.

Всю совокупность возникающих проблем, несмотря на различную природу их проявления, условно можно объединить в три группы (рис. 2):

1. Проблемы формирования стратегической конкурентоспособности организаций сферы услуг, определяемые специфическими особенностями конкуренции на рынке образовательных услуг.

2. Проблемы формирования стратегической конкурентоспособности предприятий сферы услуг, определяемые особен-

ностями образовательных услуг как объекта конкурентной борьбы.

3. Проблемы формирования стратегической конкурентоспособности, опреде-

ляемые многовариантностью стратегических конкурентных преимуществ организаций сферы услуг в различных экономических условиях.

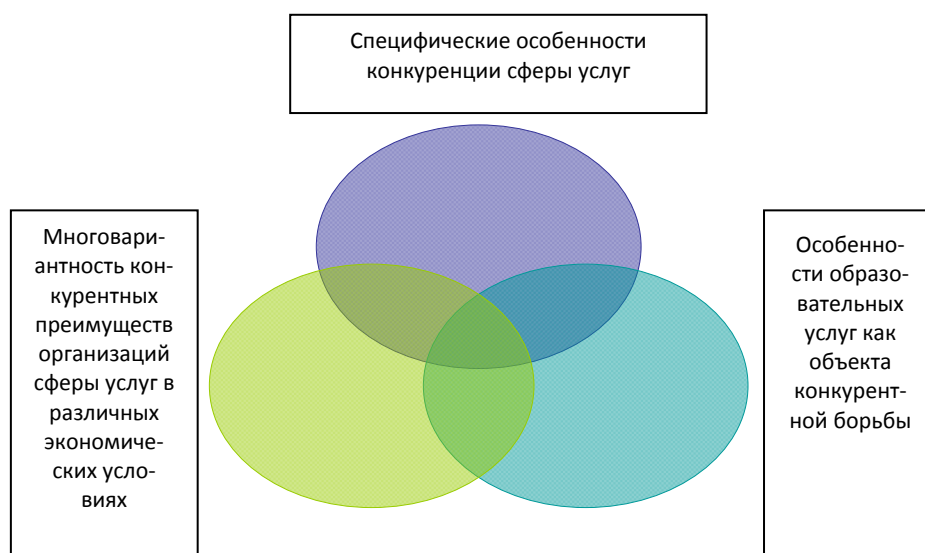


Рис. 2. Группы совокупных проблем организаций сферы услуг

Первый блок проблем составляют специфические особенности конкуренции сферы услуг. Эти услуги относятся к сегменту услуг, оказываемых услугодателями – государственными и предпринимательскими структурами на бюджетной и коммерческой основе. Несмотря на то, что существует большое количество видов образовательных услуг, характеризующихся специфическими особенностями, образованию в целом присущи все традиционно выделяемые особенности услуг, которые обусловлены их неосязаемостью, непостоянством качества, неотделимостью от источника и несохраняемостью. При этом для каждого направления образования, а также для каждой конкретной образовательной услуги будут характерны уникальное содержание, формы воплощения и каналы распространения, а также собственный уровень эффективности услуг.

Перечисленные особенности определяют двойственный характер услуг, которые

одновременно могут быть как объектом экономического развития, так и его условием. Отсюда – двойное влияние на конкурентоспособность организаций сферы услуг, оказывающих образовательные услуги.

Второй блок составляют проблемы, определяемые особенностями образовательных услуг как объекта конкурентной борьбы. Вследствие объективного наличия конкурентной борьбы между организациями, оказывающими образовательные услуги, в рыночном взаимодействии существенной особенностью является тот факт, что результат и качество использования услуг во многом зависят от желания услугополучателя приобрести полный объем предлагаемых знаний, а также от квалификации работников образовательной организации. Эта особенность ведет к необходимости разграничения конкурентоспособности на тактическую и стратегическую.

Тактическая конкурентоспособность образовательных услуг – это потенциальная возможность организации, оказывающей эти услуги, выжить в конкурентной борьбе с положительным результатом, т. е. возможность получения максимальной прибыли за счет более полного, чем у конкурентов, удовлетворения потребностей клиентов. Однако в долгосрочной перспективе конкурентоспособность организаций, оказывающих образовательные услуги, будет зависеть от того эффекта, который получит услугополучатель в результате интеграции образовательной услуги и полученных знаний в свою деятельность. Результаты применения услуги формируют репутацию и имидж образовательной организации.

Третий блок – проблемы, определяемые многовариантностью стратегических конкурентных преимуществ организаций сферы услуг в меняющихся экономических условиях. Здесь находит отражение зависимость перспективной/стратегической конкурентоспособности организаций сферы образовательных услуг от различных видов экономической деятельности. Так, конкурентоспособность по отношению к основным конкурентам (занимающимся теми же услугами в этом же регионе) является конкурентоспособностью первого порядка. Если рассматривать данную категорию более глубоко, то, вовлекая в круг конкурентов организации, оказывающие услуги-заменители, это будет конкурентоспособность второго порядка [3]. Но если организация выходит на более высокий международный уровень, то имеет место конкурентоспособность третьего порядка. При этом тенденции развития рынка образовательных услуг, обусловленные текущей экономической ситуацией, приводят к тому, что в процессе разработки стратегий, направленных на формирование долгосрочной конкурентоспособности, организации сферы услуг сталкиваются

с рядом проблем, среди которых наиболее существенными являются:

1) высокая степень неопределенности и риска, обусловленная постоянной неустойчивостью экономической ситуации;

2) невозможность эффективного формирования и развития стратегической конкурентоспособности без учета всех факторов, влияние которых в условиях усиливающейся взаимозависимости различных сторон экономики и социальной сферы становится все более неопределенным и сложно прогнозируемым;

3) необходимость точного учета психологических особенностей реакций потребителей на экономическую ситуацию и влияния данных реакций на динамику спроса на образовательные услуги в долгосрочной перспективе;

4) дифференциация современных предприятий сферы образовательных услуг, что затрудняет унификацию методологии разработки стратегий;

5) эффект «вилки решений». Формирование стратегической конкурентоспособности представляет собой систему, на основании которой целевые установки организаций проявляются детерминантами результатов деятельности. Иными словами, одна и та же система формирования знаний дает различные результаты.

В заключение следует отметить, что стратегическая конкурентоспособность организации – многомерная детерминированная величина, равнозависимая как от внешней, так и от внутренней среды. Конкурентоспособность не является главной самоцелью, она необходима не только как инструмент решения ключевых задач хозяйствующего субъекта, но и как условие достижения целей деятельности организации. В данном обстоятельстве заключается дуалистический характер стратегической конкурентоспособности, который сказывается на отличительных особенностях формирования организации сферы услуг.

Список литературы

1. Абалкин Л. И. Стратегический ответ России на вызовы нового века. – М. : Экзамен, 2004.
2. Кильдюшкина И. Г. Эффективность программно-целевого регулирования бюджетной сферы региона // Вестник НИИ гуманитарных наук при Правительстве Республики Мордовия. – 2015. – № 3 (35). – С. 158–167.
3. Пахомов А. В. Новые стандарты инновационного развития экономического образования // Известия Российского экономического университета им. Г. В. Плеханова : электронный научный журнал. – 2012. – № 3 (8). – URL: http://old.rea.ru/Main.aspx?page=Nomer_3__8_
4. Стукалова И. Б., Селянская Г. Н., Пономарев М. А., Бобков А. Л., Масталыгина Е. Е. Направления повышения конкурентоспособности образовательной деятельности вуза (на примере РЭУ им. Г. В. Плеханова) // Вестник Российского экономического университета имени Г. В. Плеханова. – 2014. – № 1 (67). – С. 15–24.
5. Ушакова О. А. Критерии управления устойчивым развитием в условиях модернизации экономики : монография. – Новосибирск, 2011.
6. Ушакова О. А. Современное планирование как фактор устойчивости и конкурентоспособности // Институциональные и инфраструктурные аспекты развития различных экономических систем : сборник статей Международной научно-практической конференции (10 декабря 2015 г., г. Челябинск) : в 2 ч. – Ч. 2. – Уфа : АЭТЕРНА, 2015. – С. 189–193.

References

1. Abalkin L. I. Strategicheskiiy otvet Rossii na vyzovy novogo veka [Strategic Response of Russia to Challenges of the New Century]. Moscow, Examen, 2004. (In Russ.).
2. Kil'dyushkina I. G. Effektivnost' programmno-tselevogo regulirovaniya byudzhethnoy sfery regiona [Efficiency of Program and Target Regulation of Region Budget Sphere]. *Bulletin of the Research Institute of Arts under the Government of the Republic of Mordoviya*, 2015, No. 3 (35), pp. 158–167. (In Russ.).
3. Pakhomov A. V. Novye standarty innovatsionnogo razvitiya ekonomicheskogo obrazovaniya [New Standards of Innovation Development in Economics Education]. *Izvestiya of the Plekhanov Russian University of Economics, E-journal*, 2012, No. 3 (8). (In Russ.). Available at: http://old.rea.ru/Main.aspx?page=Nomer_3__8_
4. Stukalova I. B., Selyanskaya G. N., Ponomarev M. A., Bobkov A. L., Mastalygina E. E. Napravleniya povysheniya konkurentosposobnosti obrazovatel'noy deyatel'nosti vuza (na primere REU im. G. V. Plekhanova) [Lines of Improving Competitiveness of Education Activity of University (illustrated by the Plekhanov Russian University of Economics)]. *Vestnik Rossiyskogo ekonomicheskogo universiteta imeni G. V. Plekhanova* [Vestnik of the Plekhanov Russian University of Economics], 2014, No. 1 (67), pp. 15–24. (In Russ.).
5. Ushakova O. A. Kriterii upravleniya ustoychivym razvitiem v usloviyakh modernizatsii ekonomiki, monografiya [Criteria of Sustainable Development Management in Conditions of Economy Modernization, monograph]. Novosibirsk, 2011. (In Russ.).
6. Ushakova O. A. Sovremennoe planirovanie kak faktor ustoychivosti i konkurentosposobnosti [Modern Planning as a Factor of Sustainability and Competitiveness]. *Institutsional'nye i infrastrukturnye aspekty razvitiya razlichnykh ekonomicheskikh system, sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii (10 dekabrya 2015 g., g. Chelyabinsk)* [Institutional and Infrastructural Aspects of Developing Different Economic Systems, collection of works of the International Conference (10 December 2015, Chelyabinsk)], in 2 Parts. – Part 2. Ufa, AETERNA, 2015, pp. 189–193. (In Russ.).