

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

*Жантлесов Е.Ж. Особенности обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг // Академия педагогических идей «Новация». Серия: Студенческий научный вестник. – 2020. – №6 (июнь). – АРТ 76-эл. – 0,2 п.л. - URL: <http://akademnova.ru/page/875550>*

### **РУБРИКА: МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ**

**УДК: 338.465.4**

**Жантлесов Ерлан Жамикеевич**

студент 1 курса, институт менеджмента

*Научный руководитель:* Полякова И.Л., к.э.н., доцент.

ФГБОУ ВО «Оренбургский Государственный Университет»

г.Оренбург, Российская Федерация.

e-mail: [jej2010@mail.ru](mailto:jej2010@mail.ru)

## **ОСОБЕННОСТИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ**

*Аннотация:* в статье дается определение понятия «конкурентоспособность», описываются особенности конкурентоспособности предприятий в сфере услуг, особое значение выделяется факторам конкурентоспособности рынка услуг, выделяются критерии оценки конкурентоспособности и их значение в обеспечении конкурентоспособности предприятий на рынке.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность, конкурентоспособность услуг, предприятия сферы услуг, фактор конкурентоспособности, критерий конкурентоспособности.

**Zhantlesov Erlan Zhamikeevich**

1st year student, Institute of Management

Scientific adviser: I. Polyakova, Ph.D., Associate Professor.

FSBEI of HE "Orenburg State University"

Orenburg, Russian Federation.

## **FEATURES OF ENSURING THE COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES IN THE SERVICE SECTOR**

*Abstract:* the article defines the concept of “competitiveness”, describes the features of the competitiveness of enterprises in the service sector, emphasizes the factors of competitiveness of the services market, and highlights the criteria for assessing competitiveness. The practical significance of the article is to identify ways to increase competitiveness in the services market.

*Key words:* competitiveness, competitiveness of services, service industry enterprises, competitiveness factor, competitiveness criterion.

**Всероссийское СМИ**

**«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»**

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Рынок услуг характеризуется высокой степенью конкуренции между малыми предприятиями и динамизмом конкурентной среды, поскольку рынок услуг всегда имеет возможности для быстрого проникновения в новые предприятия и выхода нового продукта.

Рынок услуг является одной из основных отраслей общественного производства, призванной чутко реагировать на потребности и спрос населения. Современные условия функционирования сферы услуг характеризуются высокой степенью неопределенности, а это означает, что темпы изменений на рынке явно опережают скорость, с которой субъекты управления сектором услуг могут обеспечить реагирование объекта управления изменениями. Любая услуга на рынке фактически проверяется на степень удовлетворения общественных потребностей: каждый покупатель приобретает услугу, которая наилучшим образом отвечает его личным потребностям [1].

Для устойчивого развития сферы услуг предприятия должны своевременно и адекватно реагировать на изменения. В условиях экономического кризиса и усиления конкуренции значимость механизмов управления устойчивостью и эффективностью малых предприятий в сфере услуг значительно возрастает. Эти обстоятельства заставляют усилить роль исследований и разработок, направленных на повышение эффективности предприятий в сфере услуг, что особенно важно для обеспечения высокого качества жизни населения и социально-экономического развития. Реализация деятельности предприятия в рыночных условиях обуславливает необходимость проведения ими успешной конкурентной борьбы, необходимость формирования определенных конкурентных преимуществ. Характер этих преимуществ зависит от рыночной конъюнктуры и возможностей предприятия - его потенциала.

Всероссийское СМИ

«Академия педагогических идей «НОВАЦИЯ»

Свидетельство о регистрации Эл №ФС 77-62011 от 05.06.2015 г.

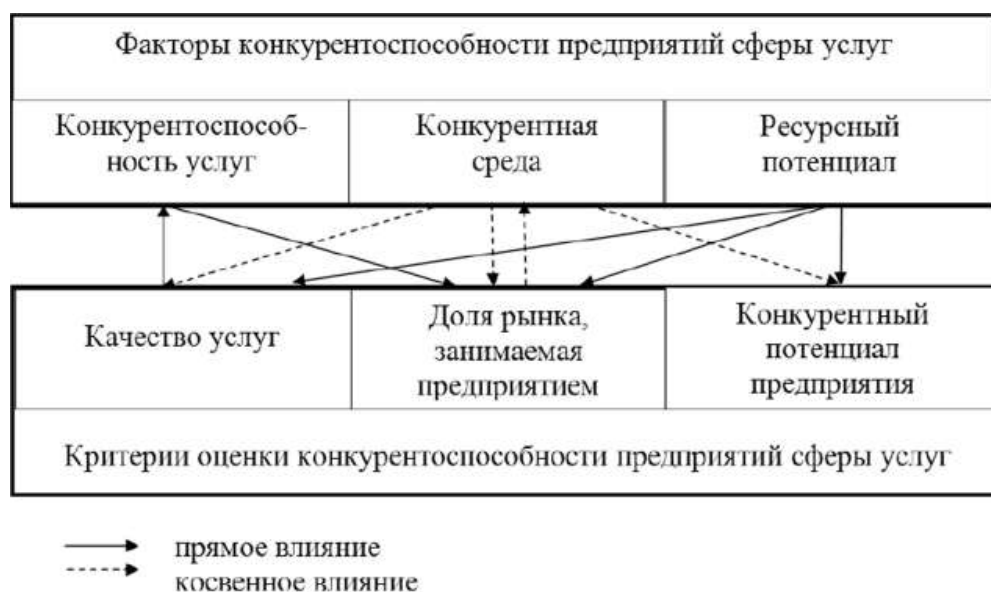
(выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций)

Сайт: [akademnova.ru](http://akademnova.ru)

e-mail: [akademnova@mail.ru](mailto:akademnova@mail.ru)

Конкурентоспособность – это некая относительная и интегральная характеристика, отражающая отличие услуги от услуг конкурентов и, определяющая ее привлекательность в глазах потребителя. Сложности, образующие при анализе услуг в том или ином регионе, говорят об их недостаточной конкурентоспособности. Проблема конкурентоспособности - это постоянная проблема выбора. Выбор касается того, какие виды услуг оказывать, каким способом, как их распределить и какой объем ресурсов использовать для текущего и будущего потребления [2].

Ключевая особенность обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг заключается в учете многочисленных факторов, которые прямо или косвенно воздействуют на деятельность предприятий. Следовательно, конкурентоспособность предприятия сферы услуг можно определить, как сложную систему, которая образуется в результате взаимодействия внешних и внутренних факторов конкурентной борьбы, но определяется не каким-либо одним или даже несколькими, а представляет собой систему множества факторов, уникальных в каждой конкретной ситуации. Факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг представлены схематично на рисунке 1.



**Рис.1. Факторы конкурентоспособности предприятий сферы услуг [3]**

Еще одна особенность обеспечения конкурентоспособности заключается в неоднозначности оценки критериев конкурентоспособности на рынке услуг. Эта особенность обуславливается динамизмом рынка и широтой предлагаемых услуг, которые не всегда поддаются количественной и качественной оценке в силу неосвязаемости [3].

Общепринятой системы показателей для оценки конкурентоспособности сферы услуг не существует. Для измерения эффективности одной и той же деятельности используются разные методы, иногда не связанные между собой и дающие разные результаты. В ряде методов отсутствует необходимая сопоставимость показателей. Все это затрудняет проведения комплексной оценки сектора услуг и не позволяет проводить систематический анализ различных аспектов его функционирования. Наиболее общие критерии представлены на рисунке 2.

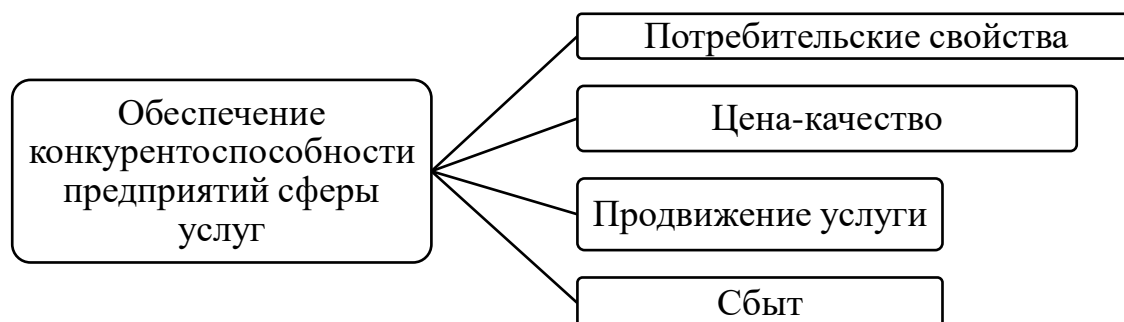


**Рис. 2. Критерии конкурентоспособности предприятий сферы услуг**

На основании данных критериев можно выделить особенности конкуренции предприятий в сфере услуг. Во-первых, конкуренция на рынке услуг носит неотъемлемый характер и представляет собой множество небольших предприятий услуг, способных в короткие сроки адаптироваться к изменению рыночной конъюнктуры. В высокодинамичной конкурентной среде сервисное предприятие может использовать одну из трех конкурентных стратегий: лидерство в затратах, стратегия дифференциации и стратегия концентрации. Эффективная реализация одного из них, дополненная как ценовыми, так и неценовыми методами конкуренции, что позволяет компании успешно конкурировать на рынке услуг [4].

Во-вторых, в конкурентной среде необходимо знать, насколько услуга, предоставляемая предприятием, соответствует уровню и характеру общественных отношений. Оценка способности услуги конкурировать производится путем сравнения параметров анализируемого продукта с параметрами базы сравнения, поскольку конкурентоспособность услуги является относительной концепцией, то есть ее можно обсуждать только при сравнении с другим объектом.

Обеспечение конкурентоспособности (рис. 3) предполагает анализ потенциала предприятий сферы услуг, связанного с рыночным анализом, его структуры и определение поведения организаций-конкурентов [5].



**Рис. 3. Направления обеспечения конкурентоспособности предприятий сферы услуг**

В первом направлении определяются мероприятия, связанные с изменением потребительских свойств основных и дополнительных услуг в пользу улучшения их качества и состава. В сфере улучшения потребительских свойств услуги при планировании мероприятий необходимо учитывать технологии инноваций в обслуживании, в том числе зарубежный опыт. При определении плана действий в этом направлении есть особенность учета в отдельном подразделе плана «Направления действий по улучшению и поддержанию качества услуг».

Второе направление обеспечения конкурентоспособности учитывает формирование цен на услуги. Анализ финансово-экономических показателей сервисных компаний за прошедший период имеет большое значение. В анализ и оценку входят такие показатели, как объем продаж услуг, показатели экономической эффективности деятельности, а также анализ поведения конкурирующих предприятий на рынке и подготовка прогнозных данных на будущее. Этот подраздел плана обозначается как «Направления развития хозяйственной деятельности».

Третье направление обеспечения конкурентоспособности связано с процессом продвижения корпоративных услуг. Для предприятий в сфере услуг требуются действия, связанные с рекламными услугами и продвижением через Интернет. За это отвечает раздел плана «Направления развития организационной деятельности».

Четвертый раздел определяет направление продаж и продажи услуг. В этом разделе определяются меры по обеспечению каналов продаж услуг, увеличению доли рынка в сфере услуг, а также применению системы скидок и бонусов для постоянных потребителей. Деятельность в этом направлении выделяется в качестве подраздела плана «Направления деятельности по обеспечению реализации услуг».

Структура процесса обеспечения конкурентоспособности предприятий зависит от места и доли на рынке для различных предприятий сферы услуг, а также от выбранной стратегии в отношении обеспечения конкурентоспособности услуг. Все вышесказанное свидетельствует о том, что мероприятия по обеспечению конкурентоспособности предприятий сферы услуг является важнейшей составляющей процесса управления конкурентоспособностью предприятий сферы услуг.

Таким образом, обеспечение конкурентоспособности предприятий сферы услуг ориентировано на достижение преимуществ, которые могут быть достигнуты только тогда, когда предприятие точно понимает свою целевую аудиторию. Ключевые особенности обеспечения конкурентоспособности заключаются в учете многочисленных факторов, которые прямо или косвенно воздействуют на деятельность предприятий, неоднозначности оценки критериев конкурентоспособности на рынке услуг, высокой неопределённости и динамизма рынка услуг и высокого значения оценки соответствия услуг уровню и характеру общественных отношений.



Обеспечение наилучшего и устойчивого долговременного финансового положения предприятия, а также завоевание прочных позиций на рынке возможно, если предприятие постоянно адаптирует ассортимент оказываемых услуг с помощью организационных и технологических инноваций, а реализация стратегии обеспечения конкурентоспособности осуществляется на основе технологической и организационной гибкости предприятия сферы услуг.

#### Список использованной литературы:

- 1 Дудов А.С. Конкурентоспособность предприятий сферы услуг/А. С. Дудов // УЭКС. 2015. №12 (60)
- 2 Стародубцева Е. А. К вопросу о трактовке понятия «Конкурентоспособность предприятия» / Е.А. Стародубцева// Известия БГУ. 2017. №4.
- 3 Каранович М. К. Основные направления планирования по обеспечению конкурентоспособности предприятий сферы услуг/ М.К. Каранович // Современные тенденции в экономике и управлении: новый взгляд. 2017. №17.
- 4 Попова, Е.Л. Как измерить конкурентоспособность предприятий / Е.Л. Попова // Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - №4. - С.22-26
- 5 Тютюнников А.С., Жуков Б.М. Механизм обеспечения конкурентоспособности организаций сферы услуг с позиций её планирования // Научный вестник ЮИМ. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizm-obespecheniya-konkurentosposobnosti-organizatsiy-sfery-uslug-s-pozitsiy-eyo-planirovaniya> (дата обращения: 06.04.2020).

*Дата поступления в редакцию: 10.06.2020 г.*

*Опубликовано: 17.06.2020 г.*

© Академия педагогических идей «Новация». Серия «Студенческий научный вестник», электронный журнал, 2020

© Жантлесов Е.Ж., 2020