

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ УСЛУГ

© 2012 С.В. Герасимова

кандидат экономических наук, доцент

Московский государственный медико-стоматологический университет

им. А.И. Евдокимова

E-mail: lanapost@inbox.ru

Изложены методологические основы стратегического управления конкурентоспособностью услуг. Приведена новая классификация видов конкурентоспособности. Основное внимание уделено влиянию макроэкономической динамики внешней среды. Представлены критерии оптимизации развития конкурентоспособности услуг.

Ключевые слова: методология, конкурентоспособность, цикл, прогноз, управление, стратегия, оптимизация, услуга.

Перспективные рынки в нарастающей степени эволюционируют, трансформируются в рынки услуг. Соответственно, растет потребность в развитии методологических основ стратегического управления конкурентоспособностью услуг. Конкурентоспособность на рынке услуг имеет существенные особенности по сравнению с конкурентоспособностью материально-вещественных товаров. Это заключается в решающей роли коммуникационных факторов взаимодействия главных субъектов рынка - спроса и предложения. К ним относятся: персонал, процесс предоставления услуги и так называемое “физическое окружение”, т.е. конкретная обстановка, в которой осуществляется процесс предоставления услуг. Персонал организации своей функциональной деятельностью оказывает непосредственное и зачастую существенное воздействие на процесс оказания услуг и его результат. Технология предоставления услуг упорядочивает очно-заочное информационно-коммуникационное взаимодействие персонала организации с потребителями услуг в направлении роста эффективности по интегральному критерию соотношения “стоимость/количество/срок/результат”. Во многих случаях сам потребитель принимает активное участие в производстве необходимой ему услуги, как это имеет место, например, на рынках образовательных и медицинских услуг. “Окружение” включает в себя совокупность так называемых “фоновых” факторов, относящихся к числу второстепенных для потребителей, но в условиях конкуренции способных к ситуационной актуализации и переходу в состав ключевых характеристик процесса предоставления услуг.

Рассмотрим основные рыночные характеристики услуги, определяющие ее конкурентные преимущества и конкурентоспособность. Они имеют агрегированный характер и включают в себя: цену услуги (меновую стоимость), объем предоставления (товарную массу), период оказания (временные свойства), уровень качества (потребительную стоимость).

Рациональность стратегического управления конкурентоспособностью услуг заключается в целенаправленном воздействии на эти характеристики в максимальном соответствии с конкурентными целями организации.

Условием конкурентоспособности услуги является ее превосходство над аналогами по ценовым, неценовым и временным характеристикам с учетом различия в приоритетах этих свойств на разных сегментах рынка услуг. При кардиналистском подходе данное превосходство определяется величиной индекса конкурентоспособности услуги (I_k), при ординалистском - ранговой оценкой конкурентных услуг.

Рассмотрим различные виды конкурентоспособности, определяемые величиной индекса конкурентоспособности:

1. Стратегическая конкурентоспособность. Величина индекса намного превышает единицу.
2. Ситуационная конкурентоспособность. Индекс незначительно превышает единицу.
3. Псевдоконкурентоспособность. Индекс примерно равен единице.
4. Ситуационная неконкурентоспособность. Индекс меньше единицы.
5. Стратегическая неконкурентоспособность. Индекс намного меньше единицы.

В зависимости от достигнутого вида конкурентоспособности формируются цели управления конкурентоспособностью услуги. Так, при стратегической конкурентоспособности целью является сохранение лидерства в стратегической конкурентоспособности. Такое лидерство обеспечивает необходимую длительность ситуации временной монополии, дает возможность весьма прибыльной реализации услуг на основе базовой рыночной стратегии “снятия сливок”. При ситуационной конкурентоспособности целью является достижение стратегической конкурентоспособности или сохранение лидерства в краткосрочной перспективе. Для достижения этой цели, на наш взгляд, наиболее подходит базовая стратегия “снижения издержек”. Псевдоконкурентоспособность выдвигает цель лидерства в оперативной или стратегической конкурентоспособности. В случае ситуационной неконкурентоспособности ставится цель достижения псевдоконкурентоспособности или конкурентоспособности других видов. При стратегической неконкурентоспособности выдвигаются цели сокращения отставания в конкурентоспособности, достижения конкурентоспособности определенного вида или отказа от соперничества и перехода на другой рынок (рыночная диверсификация на основе базовой стратегии “голубого океана”).

Методология стратегической оптимизации управления конкурентоспособностью разных видов заключается в реализации одного или нескольких ключевых этапов ее изменения в зависимости от поставленных целей и ресурсно-временных возможностей. К этим этапам относятся:

- выявление состава конкурентных преимуществ;
- усиление конкурентных преимуществ до необходимого уровня;
- формирование новых конкурентных преимуществ;
- выявление состава неконкурентоспособных свойств услуги;
- устранение некоторых или всех недостатков;
- отказ от свойств услуги, образующих конкурентные недостатки.

Конкретные расчеты проводятся на основе показателя нормы потребительной стоимости услуги, определяемого как средний уровень соответствия требованиям потребителей по комплексу ее ценовых, неценовых и временных характеристик.

Стратегическое управление конкурентоспособностью услуг, направленное на вышеперечисленные цели, всегда осуществляется в условиях значительной неопределенности внешней среды, устранение которой производится на основе перспективного прогнозирования ее основных характеристик. Как известно, доминирующее влияние на хозяйственную деятельность любой организации оказывает перспективное состояние экономики, агрегированной характеристикой которого является темп роста ВВП и перспективная инфляция. Прогноз развития ВВП на перспективу может быть получен на основе различных агрегированных моделей, однофакторных или многофакторных. Подавляющее число специалистов убеждены в необходимости учета таких факторов, как цикличность развития, взаимная интегрированность макроэкономических процессов, учет волнового принципа Эллиотта при структурировании длинных волн в экономике. Прогноз развития ВВП дает ответ на главный вопрос о динамике изменений предпочтений потребителей. Так, снижение темпа роста ВВП ведет к межсегментному перераспределению состава потребителей в сторону увеличения емкости сегмента экономкласса и сокращению емкости сегмента класса стандарт. Это ведет к снижению ценовой конкуренции на одном сегменте и усилению неценовой конкуренции на другом. Соответственно, изменяется конкурентоспособность услуг. Возникает потребность в применении новых конкурентных стратегий для обеспечения целевого уровня конкурентоспособности в изменившихся рыночных условиях¹.

Рассмотрим основные экономические циклы. Краткосрочный цикл Китчина равен 3-4 годам и связан с изменением запасов. Среднесрочный цикл Жюгляра составляет 8-12 лет и обусловлен необходимостью обновления активной части основных производственных фондов. Долгосрочный цикл Кузнецова составляет 18-20 лет и связан со строительством. Глобальный цикл Кондратьева составляет примерно 40-60 лет, он описывает процесс смены технологических укладов. Энергетический цикл Форрестера примерно равен двум столетиям и заключается в смене источников энергии и материалов. Цивилизационный цикл Тоффлера является наиболее длительным и составляет одну-две тысячи лет. На наш взгляд, стратегическое управление конкурентоспособностью услуг требует учета лишь первых четырех циклов².

Существующие методики долгосрочного прогнозирования ВВП имеют, как правило, качественный характер в силу большого разброса количественных оценок показателей. Основной причиной разброса является высокий уровень неопределенности в сроках начала и завершения периодов подъема и спада экономической конъюнктуры. Нами предложено применение аппарата циклического прогнозирования динамики развития ВВП на основе принципов синхронизации, кратности и параметрической пропорциональности экономических циклов.

В данной работе предлагается осуществлять прогнозирование, исходя из условия кризисной синхронизации циклов (КСЦ), суть которого заключается в предположении об одновременности завершения спада по всем экономическим циклам. Из этого условия возникает необходимость формулировки принципа кратности циклов, т.е. предположения, что в одном среднесрочном цикле содержится три краткосрочных, в одном долгосрочном - два среднесрочных, а в одном цикле Кондратьева - три долгосрочных цикла. Для моделирования влияния экономических циклов на тенденцию роста ВВП предложено использовать принцип параметрической пропорциональности. Он заключается в предположении о линейной зависимости амплитуд циклов от величины соответствующих периодов³.

Результаты прогноза, основанные на изложенной методологии, показали, что в 2011-м ретроспективном году темпы роста ВВП РФ сократятся до 3,8 %. Это всего лишь на 9,5 % отличается от фактического значения (4,2 %) при точке отсчета 2008 г. В 2012 г. темп роста ВВП снизится до 3,6 % (фактическое значение составило 3,5 %). Это совпадает с прогнозом большинства отечественных и зарубежных специалистов. Так, Минэкономразвития прогнозирует рост ВВП РФ в 2012 г. на 3,7 %, что практически совпадает с нашим прогнозом. Эксперты ООН прогнозируют рост ВВП в том же году на 4 % (отличие незначительно и составляет 7,5 %). Прогноз МВФ является наиболее пессимистическим и равен 3,3 %, отличие составляет 9 %. В 2014 г. в соответствии с полученным прогнозом ожидается продолжение снижения темпа роста ВВП РФ. Возможность подобного спада не исключается всеми специалистами по глобальному прогнозированию. В 2015 г., по нашему прогнозу, ожидается прекращение экономического роста. Прогноз эк-

спертов ООН и Минэкономразвития также предполагает нулевой рост ВВП, по крайней мере, на два очередных года. По нашим расчетам, в 2016 г. эта тенденция сохранится. В 2017 г. произойдет переход в режим ограниченного экономического роста с темпом 4,2 %. В 2018 г. прогнозируется незначительное повышение темпа экономического роста - до 4,7 %. В последующие два года прогнозируется замедление темпа роста ВВП до уровня 1,5 %. Данный прогноз открывает возможность определения примерных сроков возникновения локальных макротенденций роста и спада деловой активности. Данная информация является ключевой для инвесторов, заинтересованных в снижении инвестиционных рисков, обусловленных общеэкономической ситуацией. Прогноз, как видим, демонстрирует множественно логистический характер перспективного экономического роста экономики РФ. Первая логистическая кривая охватывает период (2010 г.; 2015 г.), а вторая - (2015 г.; 2020 г.). В первом периоде экономического роста этап интенсивного развития охватывает два года: 2012 г. и 2013 г., а во втором - 2017 г. и 2018 г. На наш взгляд, в эти периоды целесообразно приоритетное обеспечение необходимой конкурентоспособности услуг, финансирование которого следует производить в предшествующие периоды на основе соответствующих инвестиционных программ. Первую инвестиционную программу развития конкурентоспособности рекомендовалось бы осуществить в 2010 - 2011 гг., вторую - в 2015 - 2016 гг. Так как первый инвестиционный период имеет ретроспективный характер, из прогнозных данных следует, что аккумулятивное инвестирование средств с целью развития конкурентоспособности товаров и услуг целесообразно произвести в 2013-2014 гг. Для определения рационального соотношения собственных и заемных средств необходим перспективный прогноз потребности в инвестиционных ресурсах и доля перспективных располагаемых инвестиционных ресурсов⁴.

Применение системного подхода к решению указанной задачи приводит к необходимости формирования соответствующей макромоделли, т.е. применения метода производственных функций к прогнозированию инвестиционной потребности и указания критерия конкурентоспособности. Нами предлагается в качестве критериев эффективности развития конкурентоспособности принять норму и массу потребительной стоимости

(НПС и МПС) услуг. Эти показатели впервые предложены профессором Н.С. Перекалиной для количественной оценки массы качества товаров на рынке, определяемой как произведение физического объема товаров и НПС, где НПС - средняя относительная оценка качества единичного товара. Оценка нормы потребительной стоимости предполагает формирование информационной модели так называемого “идеального” товара или услуги в виде вектора желаемых значений ключевых потребительских характеристик. Потребительская характеристика считается ключевой, если она отражает значимое свойство товара. Оценка потребительской значимости свойств товара производится на основе сравнительного анализа первичной и вторичной информации. В наших исследованиях предложено оценивать НПС как соотношение ценовых и неценовых свойств товаров с учетом предпочтений потребителей в соответствии с пирамидой приоритетов потребностей, предложенной в мотивационной теории Маслоу. Полагаем, что услуга конкурентоспособна, если превосходит аналог по норме и массе потребительной стоимости. В этом случае перспективное прогнозирование конкурентоспособности услуг заключается в расчете траекторий НПС и МПС на прогнозный период. Основой для подобного прогноза является инвестиционный сценарий развития производственного потенциала организации. Этот сценарий может быть получен методом производственных функций при заданных вариантах нормы накопления и фактических данных о возрастной структуре основных производственных фондов предприятия. Если прогнозное значение конкурентоспособности услуг не позволяет обеспечить лидерство на рынке, следует рассмотреть другие варианты инвестиционного сценария, т.е. перейти к процессу оптимизации траекторий развития НПС и МПС. При этом следует выбрать критерий оптимизации развития конкурентоспособности услуг. На наш взгляд, достаточно выбрать один из трех критериев: критерий конкурентной рациональности, критерий доминирующей конкурентоспособности или критерий “идеальной” конкурентоспособности. Критерий конкурентной рациональности предпола-

ет достижение минимально различимого потребителями превосходства над целевой услугой-аналогом по НПС и МПС. Для этого целесообразно ввести так называемые модифицирующие инновации в потребительские свойства услуги. Критерий доминирующей конкурентоспособности основан на введении радикальных инноваций в важнейшие, как правило - две-три, потребительские характеристики. Если у услуги исчерпан инновационный потенциал, следует добавить ему совершенно новые потребительские свойства из состава неосознаваемых потребностей потребителей. Для этого рекомендуется использовать потребительские знания из смежных отраслей. В современной экономике данная стратегия, ориентированная на создание “пограничных” услуг, является наиболее популярной. Критерий доминирующей конкурентоспособности приводит к значительному увеличению цикла временной монополии. Критерий “идеальной” конкурентоспособности предполагает создание не копируемых, уникальных свойств услуги. Такие свойства, представляющие для потребителей безусловную ценность, по разным причинам недоступны для конкурентов. Перечисленные критерии проявляют свою эффективность в зависимости от конкретных конкурентных ситуаций, глобальное влияние на которые оказывают циклические тенденции развития экономики, приведенные в данной работе.

¹ См.: *Пректер Р., Фрост А.* Волновой принцип Эллиотта: ключ к пониманию рынка. М., 2012; *Гуськова М.Ф., Стерликов П.Ф., Стерликов Ф.Ф.* Полезность образовательных услуг: монография. М., 2008.

² *Акаев А.А., Кортаев А.В., Малинецкий Г.Г.* Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики. М., 2010.

³ Моделирование и прогнозирование глобального, регионального и национального развития / А.А. Акаев [и др.]. М., 2012.

⁴ *Geresimova S.* Methodology of forecasting commodity/service competitiveness based on the principle of crisis synchronization of economic cycles // Contemporary Problems of Regional Economy Management: the IX All-Russian Scientific and Practical Conference with International Participation. S.-Petersburg, 2012.

Поступила в редакцию 06.11.2012 г.