

УДК 681.3.07

**КЛАССИФИКАЦИЯ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ И ФАКТОРОВ
РАЗЛИЧНЫХ ОБЪЕКТОВ***Швец И.Ю.*

Рассмотрена классификация конкурентных преимуществ и факторов, влияющих на их формирование сферы туризма. На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ предложено осуществлять её по следующим признакам: отношению к системе; сферам возникновения преимущества; содержанию фактора преимущества; времени реализации преимущества; месту реализации преимущества; виду получаемого конечного результата.

Ключевые слова: конкурентные преимущества, факторы, туристические услуги.

Современный подход к управлению сферы туризма должен учитывать все нюансы, связанные со всеми уровнями конкурентоспособности объектов сферы туризма. Туристическая услуга представляется для нее соответствующей конкурентной единицей. По этой причине при определении направлений управления развитием конкурентоспособности сферы туризма следует использовать ориентированное на потребителя мышление. Экономический комплекс туристического региона должен производить только тот комплекс услуг, который имеет спрос у потребителя. Этот комплекс является цепью услуг, т.е. аналитические инструменты, которые, с точки зрения потребителя, разделяют полную услугу на отдельные части-элементы, и частичные процессы. Потребитель не ориентируется при пользовании различными элементами туристических услуг предприятия, а относит услугу и ее качество к рекреации, как к единому целому. Поэтому учет и эффективное использование всех конкурентных преимуществ, факторов способствует повышению уровня конкурентоспособности всех элементов цепи услуг за счет синергетического эффекта. В исследование конкурентных преимуществ, факторов экономического развития товаров, услуг, территории в рыночных условиях внесли большой вклад: В.Н. Василенко, П.В. Гудзь, М. Портер, Д. Келлехер, Н. Пайрсы, А. Хобайбы. П.В. Гудзь рассматривает, анализирует основные конкурентные преимущества, факторы механизм действия кластера, на основе которой строит модель управления сферы туризма региона [2]. В.Н. Василенко рассматривает конкурентные преимущества, факторы развитие региональной экономики, базирующейся на кластерной системе, как основу гармонизации регионального экономического пространства [6]. В работах М. Портера, Д. Келлехера, А. Хобайбы, Н. Пайрсы [3, 4, 5, 6] рассмотрены общие теоретические подходы конкурентных преимуществ, факторов в странах с устойчивой рыночной экономикой.

Целью данной статьи является классификация конкурентных преимуществ и факторов различных объектов, влияющих на их формирование туристических услуг.

На основе анализа различных подходов к классификации конкурентных преимуществ нами предлагается осуществлять её по следующим признакам: отношению к системе; сферам возникновения преимущества; содержанию фактора преимущества; времени реализации преимущества; месту реализации преимущества; виду получаемого конечного результата.

Отношение к системе: внешние (благоприятный климат, качественная инфраструктура, т.д.), внутренние (ценности, технологии, квалификационный уровень работников и т.д.).

Сфера возникновения преимущества: природно-климатические, социально-политические, технологические, культурные, экономические.

Содержание фактора преимущества: качество, цена туруслуги, затраты потребителя.

Метод или средство получения преимущества: абсолютные (климат, природные ресурсы страны, известная торговая марка продукта, т.д.), обучение, повышение квалификации, инноваций, перемещение.

Место реализации преимущества: рабочее место – система «точно в срок», научная организа-

ция труда, автоматизированное рабочее место конструктора; организация – система менеджмента, ориентированная на достижение конкурентоспособности, высокая конкуренция на входе организации системы автоматизированного проектирования; отрасль – высокая конкуренция в отрасли, вертикальная и горизонтальная интеграция, наличие отраслевого центра научно-технической информации и патентного фонда; регион – качественная производственная инфраструктура, экологичность, устойчивая кредитно-финансовая система; страна – действие государственной программы повышения конкурентоспособности страны, регионов, отраслей, наличие стратегических программ развития отдельных сфер и страны в целом; мировое сообщество – высокий уровень унификации и стандартизации разных сфер деятельности, защита прав человека, интеграция и кооперирование.

Продолжительность реализации преимущества: стратегические факторы преимуществ – применение опережающей базы сравнения при планировании обновления продукта на пятилетний период, повышение квалификации кадров, развитие НИОКР; тактические факторы преимущества – современная система рекламы, эффективная система мотивации труда, соблюдение графика ремонта оборудования и т.д.

Вид получаемого эффекта от реализации преимущества: научно-технический – получение патента, увеличение удельного веса прогрессивных технологических процессов, освоение новых информационных, ресурсосберегающих технологий; экологический – уменьшение выбросов во внешнюю среду вредных компонентов, уменьшение отходов производства, автоматизация мониторинга; социальный – прирост добавленной стоимости (прибыли) на одного работника по сравнению с конкурентами, повышение безопасности труда, улучшение условий труда и отдыха, увеличение продолжительности жизни работников (жителей), повышение уровня образованности работников; экономический – увеличение объема продаж, удельной прибыли, сокращение срока окупаемости инвестиций.

Существует явная взаимозависимость конкурентных преимуществ объектов: турпродукта, турпредприятия, отрасли, региона, страны, которые влияют на уровень конкурентоспособности всех объектов.

Конкурентные преимущества туруслуги определяется рядом показателей: ее качеством, ценой, дополнительными затратами на применение, использование турпродукта за его жизненный цикл; качеством сервиса турпродукта, а также динамичными факторами.

Значения перечисленных показателей конкурентоспособности туруслуги зависят от силы влияния соответствующих внешних и внутренних факторов преимущества туруслуги.

К внешним факторам конкурентного преимущества туруслуги относятся: уровень конкурентоспособности страны, отрасли, региона, предприятия, оказывающего услугу, с повышением которого улучшаются все интегральные и частные показатели конкурентоспособности туруслуги; сила конкуренции на выходе системы – увеличение ее интенсивности повышает конкурентоспособность услуги; сила конкуренции на входе системы, среди поставщиков сырья, материалов, других компонентов – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги; сила конкуренции среди услуг-заменителей – увеличение интенсивности конкуренции повышает конкурентоспособность услуги; появление новых потребностей – снижает конкурентоспособность выпускаемого услуги; уровень доходов потребителей – высокий уровень предполагает увеличение потребления, снижение доходов приводит к снижению спроса на туруслугу; активность контактных аудиторий – с повышением активности контактных аудиторий конкурентоспособность услуги возрастает.

К внутренним факторам конкурентного преимущества туруслуги относятся: ценность услуги для потребителя – производитель услуги должен путем маркетинговых исследований, изучать потребительские потребности и на их базе формировать ценность туруслуги; патентоспособность (новизна) продукта – с её повышением возрастает его конкурентоспособность продукта; уровень жизненного цикла продукта – на каждой его стадии управление производства продукта и сбыта должно происходить с использованием различных методов и инструментов в соответствии с условиями рынка и возможностями предприятия; рациональность организационной и производ-

ственной структур системы – структура системы должна отвечать принципам рационализации производственных структур и процессов, тогда она будет способствовать повышению конкурентоспособности продукта; конкурентоспособность персонала системы – с ее повышением возрастает конкурентоспособность продукта; прогрессивность информационных технологий – с увеличением удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность продукта; прогрессивность технологических процессов и оборудования – с возрастанием удельного веса прогрессивных технологий повышается конкурентоспособность продукта; научный уровень системы управления – с увеличением количества применяемых научных подходов, принципов и современных методов управления возрастает конкурентоспособность продукта; обоснованность миссии системы – ориентации на достижение конкурентоспособности системы и ее продуктов.

Факторы конкурентного преимущества турпредприятия подразделяются на внешние, проявление которых в малой степени зависит от предприятия, и внутренние, почти целиком определяемые руководством турпредприятия. К внешним факторам конкурентного преимущества турпредприятия относятся: уровень конкурентоспособности страны, региона; уровень конкурентоспособности отрасли; государственная поддержка малого и среднего бизнеса в стране и регионах; правовое регулирование функционирования экономики страны и регионов; открытость общества и рынков; национальная система стандартизации и сертификации; государственная поддержка науки и инновационной деятельности; качество информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии; уровень интеграции внутри страны и в рамках мирового сообщества; налоговые ставки; доступность инвестиционных ресурсов; наличие доступных и дешевых природных ресурсов; система подготовки и переподготовки кадров. К внутренним факторам относятся: факторы производства, система управления предприятия, соотношение спроса и предложения.

В целях повышения уровня конкурентоспособности турпредприятия важен уровень конкурентоспособности страны. Если он не высокий, турпредприятию сложно эффективно осуществлять свою деятельность, как внутри страны, так и при выходе на внешние рынки. Важнейшей задачей для государства является опережающее развитие конкурентоспособных отраслей и производств, расширение рынка наукоемкой продукции.

В странах, находящихся в состоянии перехода к рынку в силу известных политических и экономических причин, экономические процессы остаются пока еще мало управляемы. Поэтому важно на начальном этапе построения рынка создать механизм государственного регулирования экономики, который дал бы возможность развивать все уровни бизнеса, особенно малого и среднего. Главной целью государственного регулирования экономики должны стать экономическая, политическая и социальная стабильность, укрепление существующего строя внутри страны, создание благоприятного отношения за рубежом, разработка механизма, позволяющего адаптироваться к постоянно меняющимся условиям. Перед правительством стоит сложная задача гармонизации существующего законодательства, регулирующего экономическую деятельность, создание более эффективной налоговой системы, кредитно-денежной политики, национальной системы стандартизации и сертификации, благоприятных условий для привлечения инвестиций, поддержки науки и инновационной деятельности, системы подготовки и переподготовки управленческих кадров, системы качественного информационного обеспечения управления на всех уровнях иерархии.

Уровень конкурентоспособности региона оказывает значительное влияние на конкурентоспособность предприятия. Это непосредственно связано с уровнем развития инфраструктуры в регионе, климатическими условиями, географическим положением, традициями, наличием доступных и дешевых природных ресурсов и направлением преобладающей деятельности в регионе. Исторически так сложилось, что многие регионы в разных странах мира специализируются на определенных видах деятельности. Южные регионы – на сельском хозяйстве, легкой, пищевой промышленности, туризма, северные – на наукоемкой, тяжелой промышленности, банковской деятельности. В Автономной Республике Крым преобладающими видами деятельности являются туризм, сельское хозяйство и пищевая промышленность, что приводит к подчинению основных ресурсов региона этим видам деятельности, а также к ярко выраженному сезонному характеру

экономики Крыма.

Также на уровень конкурентоспособности предприятия влияет степень конкурентоспособности отрасли. Этот процесс в значительной мере зависит от нормы прибыли на вложенный капитал. Чем выше эта норма, тем больше стимулов и возможностей у предприятия для развития. Со снижением нормы прибыли наблюдается процесс оттока капитала из отрасли и, как следствие, снижение конкурентоспособности предприятий. Происходит перелив капиталов в те секторы экономики, в развитие тех производств, где имеется высокая норма прибыли, что осуществляется под воздействием конкуренции и движения спроса. В условиях современной украинской экономики при монопольно-олигополистическом характере отечественного рынка, слабой конкуренции, наличии инфляции масштабы перелива капиталов пока невелики. В большей степени развит торговая-посредническая деятельность, где оборот капитала быстрее, а норма прибыли выше.

Внутренние факторы конкурентного преимущества турпредприятия можно разделить на шесть групп: структурные, ресурсные, технические, управленческие, рыночные, эффективность функционирования предприятия.

Структурные факторы конкурентного преимущества турпредприятия включают: производственную структуру турпредприятия; миссию турпредприятия; организационную структуру турпредприятия, специализацию и концентрацию производства; уровень унификации и стандартизации оказываемых услуг; учет и регулирование производственных процессов; персонал; информационную и нормативно-методическую базу управления; силу конкуренции на выходе и входе на рынок.

К ресурсным факторам конкурентного преимущества относятся: поставщиков ресурсов, доступ к качественному дешевому сырью и другим ресурсам, учет и анализ использования видов ресурсов по всем стадиям жизненного цикла крупных объектов турпредприятия, функционально-стоимостный анализ оказываемых услуг, оптимизация эффективности использования ресурсов.

Технические факторы – это патентованный продукт, технология, оборудование, качество оказываемых туруслуг.

В состав управленческих факторов конкурентного преимущества входят: менеджеры, анализ выполнения приказов предприятия, организация поставки сырья, материалов, функционирование системы менеджмента турпредприятия, функционирование системы управления качеством на турпредприятии, проведение внутренней и внешней сертификации туруслуг и систем.

Рыночные факторы включают: доступ к рынку факторов производства, необходимых организации; доступ к рынку новых технологий; лидирующее положение на рынке турпродуктов; эксклюзивность турпродукта предприятия, каналов распределения и рекламы турпродуктов предприятия; эффективная система стимулирования сбыта и послепродажного обслуживания; прогнозирование политики ценообразования и рыночной инфраструктуры.

Факторам эффективности функционирования турпредприятия являются показатели доходности по рентабельности турпродукции, капитала, продаж, интенсивность использования капитала (по коэффициентам оборачиваемости видов ресурсов или капитала), финансовая устойчивость функционирования организации.

Экономические показатели определяют качество функционирования турпредприятия по всем аспектам и направлениям. Поэтому для удержания своих конкурентных преимуществ организация должна повышать научный уровень управления. Уровни доходности, интенсивности использования капитала и финансовой устойчивости функционирования турпредприятия определяются индивидуально. Чем выше сила конкуренции в отрасли, тем меньше будет доходность и себестоимость турпродуктов, но выше интенсивность производства и их качество. Конкуренция является также фактором повышения эффективности использования всех ресурсов.

Перечисленные внешние и внутренние факторы конкурентного преимущества являются обобщенными. Для конкретного турпредприятия количество конкурентных преимуществ формируется в соответствии с условиями внешней и внутренней среды, в которых оно функционирует.

Значение каждого преимущества можно рассчитать количественно и проанализировать в динамике. Однако интегрировать преимущества в единый показатель вряд ли возможно. В принци-

пе, чем больше турпредприятие имеет конкурентных преимуществ перед настоящими и потенциальными конкурентами, тем выше ее конкурентоспособность.

Конкурентные преимущества отрасли и предприятия, входящего в неё, во многом похожи. Так, к внешним конкурентным преимуществам отрасли относятся: высокий уровень конкурентоспособности страны; активная государственная поддержка малого и среднего бизнеса; качественное правовое регулирование функционирования экономики страны; открытость общества и рынков; высокий научный уровень управления экономикой страны; гармонизация национальной системы стандартизации и сертификации с международной системой; соответствующая государственная поддержка науки и инновационной деятельности; высокое качество информационного обеспечения управления страной; высокий уровень интеграции; низкие налоговые и процентные ставки в стране; наличие доступных и дешевых ресурсов; качественная система подготовки и переподготовки управленческих кадров в стране; хорошие климатические условия и географическое положение страны; высокий уровень конкуренции во всех областях деятельности в стране и другое.

К внутренним конкурентным преимуществам отрасли мы относим: высокую потребность в отраслевом продукте; оптимальный уровень концентрации, специализации и кооперирования; оптимальный уровень унификации и стандартизации продукции; высокий удельный вес конкурентоспособного персонала; качественную информационную и нормативно-методическую базу управления; конкурентоспособных поставщиков; наличие доступа к качественному дешевому сырью и другим ресурсам; выполнение работ по оптимизации эффективности использования ресурсов; высокий уровень инноваций; конкурентоспособных менеджеров; функционирование в организациях отрасли системы обеспечения конкурентоспособности; проведение сертификации продукции и систем; высокую эффективность предприятий; значительную долю экспорта наукоемких продуктов; большой удельный вес конкурентоспособных организаций и продуктов отрасли и другое.

От обоснованности структуры и качества функционирования отдельных отраслей инфраструктуры региона зависят стабильность, эффективность и конкурентоспособность находящихся в регионе организаций, предприятий, фирм, компаний, учреждений и др. К разновидностям региональных образований относятся республика, область и город.

К составляющим экономического потенциала региона относятся: трудовой – экономически активное население, в том числе занятое и безработные; инновационный – научно-техническая и экономическая информация; инвестиционный – основные средства, в том числе производственные и непроизводственные, запасы и ресурсы предметов производственного назначения и длительного пользования; природно-ресурсный – природные ресурсы производственного назначения, в том числе разведанные и учтенные, а также вовлеченные в производство.

На конкурентные преимущества региона оказывает большое влияние состояние политико-правовой среды (разделение полномочий центральных и региональных ветвей власти, стабильность прав собственности, государственные программы развития региона), экономической (темпы развития экономики, уровень макроэкономических показателей, инвестиционный климат, состояние инфраструктуры региона), социо-культурной (государственные программы, содействующие развитию образования, здравоохранения, культуры, социального обеспечения), факторы научно-технического развития (состояние и развитие научно-технологического потенциала региона).

Конкурентные преимущества региона определяются следующими группами факторов: конкурентоспособностью страны; природно-климатическими, географическими, экологическими и социально-экономическими параметрами; предпринимательской и инновационной активностью; уровнем соответствия параметров инфраструктуры региона международным и национальным нормативам; уровнем международной интеграции и кооперирования региона, системой общественных отношений, политические, исторические и глобальные факторы и условия (состояние мирового хозяйства, глобализационные процессы, внешние угрозы, участие (не участие) в международных организациях, союзах).

Развитие конкурентных преимуществ региона являются основой экономического роста и привлечения инвестиций в регион. Именно объем инвестиций является индикатором уровня развития региона.

На основе перечисленных групп факторов каждый регион (или третья сторона) может сформулировать свои конкурентные преимущества и рекламировать их в средствах массовой информации для привлечения инвестиций в отрасли региона.

Конкурентные преимущества страны должны обеспечивать национальную безопасность и отвечать национальным интересам на трех уровнях: группа основополагающих интересов, которые создают условия для стратегической устойчивости страны; группа внутренних интересов, обеспечивающих процессы формирования развития страны; группа внешних интересов, обеспечивающая развитие страны как субъекта мирового сообщества.

К конкурентным преимуществам страны могут быть отнесены: значительные расходы из госбюджета на НИОКР; большие вложения в социальную сферу; стабильность политической и правовой системы страны; высокая продолжительность жизни; эффективность использования ресурсов; оптимальный экспорт; наличие природных ресурсов и благоприятный климат, выгодное географическое положение страны; значительная доля конкурентоспособных фирм; конкурентоспособность трудовых ресурсов; гибкость финансовой системы; динамичность внутреннего рынка; высокая образованность населения страны; сильная конкуренция во всех сферах деятельности на основе знаний; открытость страны, высокий уровень международной интеграции и кооперирования, качества инфраструктуры рынков и регионов; низкие налоговые и таможенные ставки; высокая культура бизнеса в стране, а также уровень информационного обеспечения управления страной.

На формирование конкурентных преимуществ в стране влияет ряд факторов. Политико-правовые: стабильность политического строя является основой стабильного развития государства, прозрачность государственной власти, незначительный уровень коррупции, многопартийность, конфессиональная и национальная толерантность, защита прав человека, стабильность и гармонизация с международными правовыми нормами законодательства страны, геополитическое положение.

На формирование конкурентных преимуществ значительное влияние оказывают положительный уровень макроэкономических показателей: состояние денежно-кредитной сферы, состояние на рынке труда, уровень ВВП на душу населения, производство основных видов продукции на душу населения.

Для формирования конкурентных преимуществ страны и нормального функционирования и развития необходимо иметь развитую инфраструктуру. Это является основой перспективной работы социально-экономической системы, обеспечит минимизацию транспортных, временных издержек. Работа по созданию и формированию инфраструктуры должна носить комплексный и оптимизирующий характер. Основной вектор, которой должен быть направлен на оптимизацию инфраструктуры между всеми видами связи, транспорта, грузов; развитие инфраструктуры для максимального самообеспечения на региональном и государственном уровне; учет и формирование связей между производителем и потребителем.

Для защиты экономики страны от негативных внешних воздействий, сокращения влияния криминальных структур на деятельность финансово-банковских институтов важную роль должно играть положение государственного контроля за деятельностью финансовых институтов, как внутри страны, так и зарубежом. Для создания благоприятной среды в стране необходимо вести борьбу с антигосударственными явлениями не в сфере их проявления, а в сфере создания. Усилия силовых органов страны должны быть направлены на борьбу с теми структурами, которые создают разрушительную среду для государства, а не против тех, кто является продуктом этой среды. Государство не должно допускать криминальной, экономической, финансовой, информационной экспансии со стороны отдельных государств, регионов, общественных, экономических групп.

Уменьшения степени расслоения общества необходимо для сбалансированного развития производственных сил, стабильности социально-экономической системы, так как расслоение обще-

ства увеличивает поляризацию социально-имущественного состояния и ведет к снижению продуктивности производительных сил и качества управления в государстве. В различных социально-экономических системах разные условия функционирования государственного устройства, экономики, традиций, что существенно влияет на возможность развития разных видов конкурентных преимуществ.

Внутренняя обеспеченность экономики факторами производства, т.е. максимальное самообеспечение за счет внутренних ресурсов, предполагает уменьшение финансовых, транспортных и временных издержек и потерь.

Для развития НТП, технологической независимости существует необходимость в формировании и содержании государственной научной сферы. Это возможно только при достаточном государственном финансировании фундаментальной и прикладной науки, комплексного стимулирования быстрого внедрения качественных разработок, что будет зависеть от стратегических интересов страны.

Для обеспечения технологической и экономической независимости Украины используется положение оптимального технологического пространства. Механизм этого положения предусматривает ряд условий: оптимальное соотношение замкнутых и незамкнутых технологических циклов; разработку государственной технологической политики; замкнутость основных отраслей, обеспечивающих функционирование экономики; формирование системы дублирования производств с незамкнутыми технологическими циклами; уровень вовлеченности экономики страны в международные экономические отношения.

ВЫВОДЫ

Таким образом, мы видим явную взаимозависимость конкурентных преимуществ различных объектов друг от друга. Конкурентные преимущества одного объекта сферы туризма оказывают влияние на уровень конкурентоспособности всех объектов. Поэтому для повышения степени конкурентоспособности сферы туризма в целом принципиально важно повышать степень конкурентных преимуществ, факторов на отдельных уровнях системы.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Василенко В.Н. Архитектура регионального экономического пространства / В.Н. Василенко: моногр. / НАН Украины. Ин-т экономико-правовых исследований. – Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд», 2006. – 311 с.
2. Гудзь П.В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій/ П.В. Гудзь. – Донецьк: ІЕПД НАН України, ТОВ „Юго-Восток, Лтд”, 2001. – 270 с.
3. Портер М. Конкуренция / М. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 495 с.
4. Kelleher J. The Regions. Political Restructuring and Territorial Government / J.Kelleher. – Toronto: D.C. Heath and Company, 2003. - 327 p.
5. Hobiby A. Motives and Markets / A.Hobiby. – Lexington, MA: Lexington Books, 1998. – 261 p.
6. Pierse N. Market strategic Change / N. Pierse. - London: HarperCollins, 1991. – 419 p.