

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ТУРИСТСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

С. Г. Стенюшкина,
Ю. А. Сергеева,
С. А. Петренко

*Белгородский государственный
национальный исследовательский
университет, г. Белгород, Россия*

Summary. Competitive advantage as an economic concept is a relatively new phenomenon that has no clearly articulated evaluation algorithm. However, a competitive advantage are the success factors that provides a high level of competitiveness and ensure the company in the forefront of the industry. Studies of competitive advantages are particularly necessary and important in the service sector, and more specifically, in the field of tourism. In the study of the global economic science teaching through analysis and evaluation of competitive advantage is an extensive reservoir of scientific research.

Keywords: competition; competitive advantage; tourism; method; system approach.

В современных условиях такое понятие как конкурентное преимущество представляет собой относительно новое явление, которое не имеет четко сформулированного алгоритма оценки. Однако именно конкурентные преимущества являются фактором успеха, который даст возможность достичь наибольшего уровня конкурентоспособности и обеспечить предприятию ведущие позиции в отрасли. Анализ конкурентных преимуществ особенно важен и в сфере услуг, а точнее в сфере туризма.

В мировой экономической науке изучению методологических основ анализа и оценки конкурентных преимуществ посвящено значительное количество научных исследований. Необходимо отметить, что в настоящее время применяется обширный набор подходов и методов, которые позволяют производить оценку, как конкурентоспособности, так и конкурентных преимуществ. Подобная проблема рассматривается в трудах таких ученых как Г. Л. Азоев, А. П. Градов, Р. А. Фатхутдинов, М. Портер, и др. [1].

В рамках системного подхода при оценке конкурентных преимуществ организации следует отдельно оценивать факторы внутренней структуры системы и внешнего окружения [3].

С позиций комплексного подхода при оценке конкурентных преимуществ необходимо принимать во внимание следующие аспекты обеспечения конкурентоспособности организации:

- технические (технический уровень производства);
- правовые (стабильность законодательных перемен);
- рыночные (конкуренция, потенциал отрасли, маркетинг);

- научные (степень анализа экономических законов и закономерностей, применение научных подходов, современных методов);
- экономические (эффективность, рентабельность и др.);
- организационные (организация деятельности предприятия);
- психологические аспекты [2].

Применение нормативного подхода к оценке обосновывается организацией нормирования и прогноза конкретных факторов превосходства предприятия.

Нельзя не отметить такой в наибольшей степени важный метод по оценки конкурентных преимуществ организации как метод проведения SWOT-анализа, представляющий собой анализ предпринимательства в контексте рыночного окружения, который заключается в исследовании сильных и слабых сторон бизнеса и обозначении возможностей удачного функционирования предприятия в сложившихся и прогнозируемых условиях рынка.

В процессе проведения SWOT-анализа подтверждается или изменяется формулировка устойчивых конкурентных преимуществ предприятия. По итогам проведенного SWOT-анализа руководство предприятия может сформулировать дальнейшую стратегическую деятельность предприятия и определить направленность изменений целях превращения слабых сторон в преимущества с учетом благоприятных и неблагоприятных внешних обстоятельств.

Таким образом, в основе оценки конкурентных преимуществ предприятий туристической индустрии, должна лежать комплексная оценка деятельности организации. При этом указанная оценка должна показывать не только существующее положение хозяйствующего субъекта на рынке, но и по возможности учитывать перспективы его развития, закладываемые стратегическим планированием. Несомненно, что повышение конкурентоспособности и укрепление конкурентных позиций на занимаемых рыночных сегментах – это та цель, которую на любом этапе развития общества стремятся достичь все экономические системы.

Библиографический список

1. Велединский, В. Туристический рынок сегодня: тенденции и перспективы // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2007. – № 4. – С. 10–11.
2. Гуляев В. Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. Жукова, М. А. Индустрия туризма: менеджмент организации : учеб. пособие. – М. : Финансы и статистика, 2010. – 199 с.
3. Кобяк М. В. Качество туристических услуг как стратегическая основа развития туризма // Экономика региона. – 2011. – № 1. – С. 260–263.

