

ИНТЕГРИРОВАННОЕ ОБСЛУЖИВАНИЕ — КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО ПРОИЗВОДИТЕЛЯ

Анализ показателей секторов экономики Болгарии за период 1990 – 2000 гг. показывает, что произошли существенные изменения в ее структуре. Проявляется устойчивая тенденция наращивания сектора услуг. Доля услуг в прибавочной стоимости нарастает: с 31,3 % в 1990 г. до 57,7 % в 2000 г. В это время доля производственного сектора снизилась с 51,3 % до 27,8 %. Новая пропорция требует коренного преобразования в политике, стратегии, принципах и методах управления предприятиями. Необходимость перемен в управлении становится неотъемлемой составной частью минимизации риска со стороны внешней среды и для максимализации использования новых возможностей, которые она предлагает. Для значительной части производственных предприятий найти новые способы реализации своей продукции, сохранить и расширить свое присутствие на рынке является насущным вопросом существования. В Болгарии по традиции производственные компании обеспечивают только товары, а услуги рассматриваются как второстепенное, в лучшем случае как нечто дополнительное, так называемые сопутствующие услуги. Сегодня это отношение должно измениться. Услуги могут быть использованы как конкурентное оружие производственными предприятиями. Чтобы удовлетворять возрастающие требования потребителей, необходимо расширить присутствие обслуживающего элемента предлагаемого продукта, его сервис. Потребитель оценит положительно “интегрированное обслуживание”, при котором он получает “интегрированный пакет” товаров и услуг. Как нужно понимать “интегрированное обслуживание”?

Интегрированное обслуживание находится вне традиционного подхода снабжения “дополнительными услугами”. В этом случае обслуживание определяется как “пакет”, состоящий из товара и услуги. К примеру, уже недостаточно продать и установить кухонную мебель и технику. Нужно стимулировать варианты предложения и использования для решения проблемы “Быстро, удобно и современно”. Такое обслуживание требует новой философии производителя мебели и техники. Эта перемена окажет влияние на менеджмент традиционных производственных компаний. Предложение клиенту должно быть переосмыслено и включать концепцию интегрированного обслуживания. Какие достоинства могут извлечь производственные компании от этого нового подхода? Сегодня потребители стремятся получить больше услуг. С другой стороны, предложение услуг на более высоком уровне, чем предложение конкурентов, — это способ сделать услуги более привлекательными для клиентов. Сейчас конкуренция проявляется на другом уровне; к качеству товара добавляется и новый уровень обслуживания. Акцент смещается с самого продукта к услугам, потому что предложение совокупности товара и услуг дает возможность компании продвинуть товар на рынке и завоевать потребителей, обеспечив себе более высокую конкурентноспособность.

Все больше производственных компаний в развитых странах стремятся к интегрированному обслуживанию. Тенденция роста сопутствующих сервисных составляющих в предложении произведенных продуктов будет

продолжаться. Производственные менеджеры, которые не сумеют или не успеют использовать преимущества этой тенденции, на рынке столкнутся со значительными проблемами в будущем.

*И.М. Микулич
БГЭУ (Минск)*

ПОДХОДЫ К КЛАССИФИКАЦИИ ФАКТОРОВ ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТОВАРООБОРОТА

В современных условиях деятельность всех торговых предприятий находится под влиянием внешних и внутренних факторов. По данным западных экономистов около 70—75 % банкротств предприятий в странах с рыночной экономикой происходит под влиянием внутренних факторов, а влияние внешних факторов приводит к банкротству лишь в 20—25 % случаев. В нашей республике в настоящее время данное соотношение обратное, и деятельность отечественных торговых предприятий в большей степени подвержена влиянию внешних, неподконтрольных предприятию, факторов. Однако, по нашему мнению, проводимые в республике рыночные преобразования, в будущем будут способствовать созданию условий, в которых результаты деятельности торговых предприятий преимущественно будут зависеть от степени задействованности внутренних факторов. Кроме того, при одинаковой для всех субъектов хозяйствования экономической среде дополнительный импульс для развития имеют те предприятия, которые при помощи экономически грамотного управления внутренними факторами, наилучшим образом приспособились к внешним изменениям и могут нивелировать негативное влияние последних.

Надо отметить, что вопросы влияния внутренних факторов слабо изучены отечественными авторами. В большинстве учебных пособий и специальной литературе данная проблема вообще не затрагивается или же рассматриваются только внешние факторы, а внутренние упоминаются вскользь.

Для проведения анализа и выявления резервов можно объединить следующие по степени воздействия внутренние факторы в следующие группы:

- связанные с личностью руководителя и способностью его команды управлять предприятием в условиях рынка;
- связанные с НТП, с инновационной политикой предприятия;
- связанные с совершенствованием организации труда, управлением предприятием;
- связанные с организационно-правовой формой хозяйствования;
- связанные с созданием благоприятного социально-психологического климата в коллективе;
- связанные со спецификой отрасли;
- связанные с качеством и конкурентоспособностью продукции, с управлением издержками и ценовой политикой;
- связанные с амортизационной и инвестиционной политикой.

Другие подходы к принципам классификации факторов позволяют разделить их на основные и неосновные; постоянные и переменные; интенсивные и экстенсивные; позитивные и негативные; количественные и качественные; прямые и косвенные; измеримые и неизмеримые; объективные и субъективные.