

Тарасова Наталья Евгеньевна
Доцент кафедры теории и технологий в менеджменте, кандидат
экономических наук, доцент
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет»
Россия, г.Ростов-на-Дону
ntarasova@sfedu.ru

Горбунова Анна Игоревна
студентка
ФГАОУ ВПО «Южный федеральный университет», Высшая школа
бизнеса
Россия, г.Ростов-на-Дону
muhaann@gmail.com

Оценка конкурентоспособности предприятия сферы услуг: event- агентство

В статье представлен сравнительный анализ конкурентных факторов различных агентств по организации праздников г. Ростова-на-Дону. Также предлагается комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности исследуемого предприятия

Ключевые слова: конкурентоспособность, сфера услуг, конкурентное преимущество, агентство праздников, event-агентство, факторы конкурентоспособности

Natalya E. Tarasova
PhD in Economics, Associate Professor
Department of the Theory and Technologies in Management
Southern Federal University
Rostov-on-Don, Russian
tarasova@sfedu.ru

Anna I. Gorbunova
Student
Higher School of Business,
Southern Federal University,
Rostov-on-Don, Russia
e-mail: muhaann@gmail.com

Assessment of Competitiveness of the Enterprise of Service Sector: Event-Agency

The article presents the comparative analysis of competitive factors of various event agencies of Rostov-on-Don. The authors propose a plan of actions for increase in competitiveness of the studied enterprise.

Keywords: competitiveness, service sector, competitive advantage, event-agency, competitiveness factors

Сегодня сфера услуг занимает значительную часть экономики любой страны. Тенденция внедрения новых технологий и современных форм обслуживания и взаимодействия с потребителями возрастает всё быстрее, повышается деловая активность и конкуренция среди сервисных компаний.

С каждым днём потребности людей возрастают все больше, и поэтому в современных кризисных условиях, организации, которые относятся к сфере услуг, стараются максимально их удовлетворить. Собственно, эти же потребители и создают основу для увеличения интенсивности конкурентной борьбы, усиления и разделения платежеспособного спроса между конкурентами, введение инновационных исследований, изменения границ отрасли или сферы и видов деятельности.

Существует пять основных видов конкуренции, такие как [1]:

1. конкурентоспособность страны;
2. конкурентоспособность отрасли;
3. конкурентоспособность области или региона;
4. конкурентоспособность организации или предприятия
5. конкурентоспособность продукции (товаров или услуг).

Более детально мы рассмотрим конкурентоспособность предприятия. Акцентируем внимание на факторы, которые способствуют повышению уровня конкурентоспособности.

В современном мире, в условиях рыночных отношений, замечается тенденция значительного ужесточения конкуренции и превращением ее в гиперконкуренцию.

Лишь при достаточно высоком уровне конкурентоспособности предприятий сферы услуг, можно добиться эффективного функционирования в условиях гиперконкуренции. Говоря об управлении конкурентоспособностью организаций, можно установить, что это деятельность предприятия, основой которого служит формирование ряда управленческих решений, которые направлены на противостояние различным внешним факторам воздействия для достижения первенства в соответствии с поставленными стратегическими целями.

Конкуренция — это активный, динамичный и непрерывно возобновляемый процесс взаимосвязи и соперничества. Он осуществляется между экономически независимыми товаропроизводителями в условиях ограниченности ресурсов, целью которых является наиболее полное удовлетворение разнообразных потребностей по приемлемой для них цене.

В качестве объекта исследования конкурентоспособности и путей ее повышения нами было выбрано event-агентство «Эксклюзив». Основным видом деятельности event-агентства является предоставления услуг по организации различных праздников и мероприятий, которые соответствуют высоким стандартам индустрии праздников и заказам клиентов.

Анализируя конкурентоспособность рассматриваемого event-агентства, первоначально необходимо обратить внимание на его конкурентов. Осуществляя исследование конкурентоспособности event-агентства качество оказываемых услуг представляется, как набор единичных параметров, имеющих то или иное значение для потребителей предприятий данной сферы. Для того чтобы определить качество услуг, мы взяли отзывы клиентов, которые были получены методом опроса, в котором участвовало

56 человек. Опрашиваемым было предложено дать оценку наиболее известные учреждения данной сферы в г.Ростов-на-Дону по 10-тибалльной шкале (1– наименьшее значение, 10 – наибольшее значение). Все результаты опроса сведены в таблицу 1.

Таблица 1 – Сравнительный анализ конкурентоспособности event-агентств Ростова-на-Дону

Факторы конкурентоспособности	«Эксклюзив»	«Феерита»	«Мир праздника»
1. Месторасположение	8	9	9
2. Сегмент рынка	9	7	9
3. График работы	7	9	8
4. Цена за стандартную услугу	9	8	8
5. Наличие собственного сайта и/или группы в социальных сетях и их уровень информативности	10	9	9
6. Ассортимент услуг	10	7	8
Итого	53	49	51

Далее подробнее рассмотрим каждый фактор и определим его более детально.

1. Месторасположение. Все рассматриваемые учреждения получили достаточно высокие оценки, а значит, они расположены в довольно удобных районах города и большинство посетителей смогут без затруднений добраться до офиса.

2. Сегмент рынка. Организация «Эксклюзив» получила высшую оценку, так как нацелена на различные группы покупателей и сможет сполна

удовлетворить их потребности. А еще они заняли свою нишу, а значит доля на рынке у них значительно выше.

3. График работы. Оценка практически одинакова у всех рассматриваемых учреждений, но у двух оценка ниже, так как закрываются на час раньше третьего.

4. Цена за стандартную услугу. Этот фактор практически не различен. У трех компаний он находится на одном уровне.

5. Наличие собственного сайта и/или группы в социальных сетях и их уровень информативности. У всех сравниваемых учреждений имеются сайты и группы в социальных сетях, но самый обновляемый контент у «Эксклюзива», более удобный интерфейс и приятное оформление сайта.

6. Ассортимент услуг. Высшую оценку получила рассматриваемая компания, поскольку может предложить гораздо больше услуг потребителю, нежели остальные.

По данным, которые мы получили в ходе сравнительного анализа, можно сказать, что рассматриваемое в данной работе агентство по организации праздников «Эксклюзив» занимает лидирующую позицию, несмотря на то, что отрыв по оценкам минимальный. Также стоит отметить, что по некоторым характеристикам данное учреждение получило оценки ниже других, что значительно влияет на его конкурентоспособность на рынке услуг по организации праздников г. Ростова-на-Дону.

Важно улучшить свои позиции среди конкурентов, для этого и разработаны меры по повышению конкурентоспособности, которые описаны в таблице 2.

Таблица 2. Комплекс мероприятий по повышению конкурентоспособности «Эксклюзив»

Мероприятие	Определение мероприятия
1. Совершенствование рекламной политики	Важно осуществлять постоянное и актуальное обновление группы в vk.com, Instagram и других социальных сетях, размещать там полезную информацию о различных праздниках, правильном оформлении свадьбы, девичника, а так же мотивирующих картинок.
2. Развитие использования дисконтных программ	Необходимость использования дисконтных систем появляется в момент, когда нужно привлечь потребителей и тем самым увеличить спрос. Если говорить о простых дисконтных программах, то они могут быть не связаны именно с личностью покупателя. В данном случае скидка не зависит от активности данного клиента, а учитываются лишь условия осуществления текущей покупки: общая стоимость приобретенных товаров и услуг, системы платежей, праздничные дни, покупка определенного товара, юбилейный покупатель и так далее.
3. Поиск новых, ранее неиспользованных видов услуг	Анализ рынка данной отрасли, изучение спектра оказываемых услуг конкурентов. Разработка уникального вида услуги по организации праздников. Заимствование опыта у зарубежных компаний.

Подводя итог вышесказанному, можно сказать о том, что все оценки деятельности в целом и оценки эффективной системы управления являются ключевыми факторами конкурентоспособности предприятия сферы услуг на современном рынке. В процессе выявления способов повышения уровня конкурентоспособности, были рассмотрены сущность и виды конкурентоспособности, исследованы её критерии и показатели, выявлены

наиболее эффективные методы оценки. Повышение различных факторов конкурентоспособности организаций этой сферы поможет выйти на новый качественный уровень.

Список источников и литературы

1. Данчиков Е.А. Конкурентоспособность предпринимательских структур и продукции. - М., 2012. – 13 с.
2. Захаров А. Н., Зокин А. А. Конкурентоспособность предприятия: сущность, методы оценки и механизмы увеличения // Бизнес и банки. — 2013. — № 1–2.
3. Маракулин М.В. Оптимизация структуры компании в целях повышения конкурентоспособности Маркетинг в России и за рубежом. - 2013. - №1. - С.24 - 25.
4. Тарануха Ю.В., Конкуренция и конкурентные стратегии. – М.: Изд-во «Дело и сервис». 2010. – С. 28.

References

1. Danchikov E.A. Konkurentosposobnost' predprinimatel'skikh struktur i produktsii. M., 2012. P.13.
2. Zakharov A. N., Zokin A. A. Konkurentosposobnost' predpriyatiya: sushchnost', metody otsenki i mekhanizmy uvelicheniya. Biznes i banki. 2013. № 1–2.
3. Marakulin M.V. Optimizatsiya struktury kompanii v tselyakh povysheniya konkurentosposobnosti Marketing v Rossii i za rubezhom. 2013. №1. Pp.24 - 25.
4. Taranukha Yu.V., Konkurentsia i konkurentnye strategii. M. Izd-vo «Delo i servis». 2010. Pp. 28.

Выходные данные статьи:

ГОРБУНОВА, Анна Игоревна; ТАРАСОВА, Наталья Евгеньевна. Оценка конкурентоспособности предприятия сферы услуг: event-агентство. Журнал "У". Экономика. Управление. Финансы., [S.l.], n. 1, апр. 2018. ISSN 2500-2309. Доступно на: <<https://portal-u.ru/index.php/journal/article/view/127>>. Дата доступа.