Практична робота маркетинг у сфері послуг

ТЕМА

**КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ПОСЛУГ**

*Мета:* Дослідити конкурентоспроможність підприємства на ринку

 перукарських послуг

Література:

1. Басовский Л. Маркетинг : курс лекций / Л. Басовский. – М. : ИНФРА-М, 2001. – 219 с. ISSN 1814-1161. Держава та регіони 124

 2. Моисеева Н.К. Современное предприя- тие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева. – М. : Внешторгиздат,1999. – 304 с.

 3. Орехов Н.А. Оценка конкурентоспособ- ности промышленной продукции / Н.А. Орехов, Н.В. Лаврухина. – Калуга : МГТУ, 1998. – 38 с.

4. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентное преимущество стран / М. Портер. – М. : Международные отно- шения, 2003. – 896 с. 5.

**ПРЯДОК ВИКОНАННЯ РОБОТИ**

1. Визначити сильні та слабкі сторони його конкурентної переваги.
2. Оцінити конкурентоспроможність підприємства При цьому необхідно
3. Проаналізувати конкурентні сили, що діють на вітчизняному ринку відносно підприємства (перукарні, салону краси)
4. Зробити висновки по роботі

**КОНТРОЛЬНІ ЗАПИТАННЯ**

1. Що таке конкуренція ?
2. Коли перукарня є конкурентоспроможна?
3. Що відноситься до слабких сторін підприємства

***Теоретичні відомості***

 Важливим аспектом оцінювання маркетингових позицій підприємства на ринку є аналіз його конкурентоспроможності та продукції. В умовах конкуренції домагається бажаного результату саме те підприємство, яке постійно шукає та знаходить нові способи активного впливу на ринок і споживачів. Питання аналізу конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у процесі надання послуг все частіше набувають особливої актуальності. Методологічні основи та практичні аспекти конкурентоспроможності відображено в працях вітчизняних і зарубіжних учених, та- ких як: В. Андрійчук, Н. Верхоглядова, Ф. Котлер, О. Кузьмін, В. Павлова, М. Портер, Т. Решетілова, Р. Фатхутдінов, Д. Юданов та ін. Проте, незважаючи на численні дослідження, окремі аспекти проблеми, а також безліч конкретних практичних питань щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств при наданні послуг потребують доопрацювання. На сьогодні кардинальному підвищенню конкурентоспроможності послуг немає альтернативи. Особливо це стосується ринку перукарських послуг. Розв’язання цієї проблеми можливе лише на основі якісних оцінок дійсного стану конкурентоспроможності підприємств на ринку перукарських послуг та визначення шляхів її підвищення.

 Традиційний погляд на проблематику забезпечення конкурентноспромож-

ності підприємств зводиться до характеристики факторів, які потенційно можуть впливати на неї. У більшості випадків використовується універсальний підхід до розгляду конкурен- тоспроможності підприємства без урахування її призначення. Недостатньо дослідженими залишаються питання щодо підпри- ємств, які займаються наданням послуг [1]. Вітчизняні підприємства потребують науково обґрунтованих рекомендацій для покращення свого конкурентного стану за рахунок надання конкурентоспроможних послуг. Специфіка діяльності цих підприємств потребує спеціального методичного підходу до визначення їх конкурентоспроможності з урахуванням відмінностей різних сегментів ринку. На сьогодні відсутнє загальноприйняте поняття і єдність у використовуваних показ- никах, методах оцінювання та прогнозу конкурентоспроможност. Це зумовлено тим, що далеко не всі показники конкурентоспроможності можуть бути об’єктивно оцінені кількісно. Крім того, кожен раз постає питання визначення комплексу показників конкурентоспроможності підприємства. Це пов’язано з тим, що практично не можливо запропонувати єдиний для різних груп підприємств набір критеріїв, не знизивши при цьому змістовність та інформативність кінцевого показника конкурентоспроможності й можливості його практичного застосування

Для оцінювання конкурентоспроможності підприємства в кожному окремому випадку необхідний диференційований підхід, глиб кий аналіз специфіки окремого сектора ринку . Розробка стратегії й тактики підприємства повинна починатися з урахуванням побажань споживачів і якості пропонованих послуг. Досліджуване підприємство “Золінген Юкрейн” функціонує на українському ринку близько 13 років, займається наданням професійних перукарських послуг, забезпеченням інструментами та обладнанням, а також косметичною продукцією. З метою оцінювання рівня його конкурентоспроможності доцільно провести порівняльний аналіз за основними факторами щодо провідних конкурентів. Згідно з моделлю М. Портера в цьому разі слід брати до уваги п’ять конкурентних сил. Він аргументував цю модель таким чином: чим вище тиск цих сил, тим менше в діючих компаніях можливостей підвищувати ціни на свою продукцію (послуги) та збільшувати свій прибуток. Ослаблення цих сил на конкурентному ринку створює сприятливі можливості для компанії. Так, компанія, змінивши свою стратегію, може відповідним чином впливати на конкурентні сили на свою користь.. Аналіз проводився з метою ідентифікації сприятливих можливостей і можливої небезпеки, що може існувати для підприємства на ринку перукарських послуг.

 Характер впливу конкурентних сил на підприємство “Золінген Юкрейн” згідно з конкурентною моделлю М. Портера Установлено, що на досліджуваному підприємстві першою конкурентною силою є ризик входу потенційних конкурентів. Вона досить низька через витратні бар’єри входу в галузь. Другою конкурентною силою є суперництво існуючих у галузі підприємств. Конкуренція в галузі наявна, але вона не досягла своєї критичної точки, що зумовлено повільним зростанням конкуренції на ринку перукарських послуг. Третьою конкурентною силою є можливість покупців “торгуватися”. Вона формує загрозу, створюючи тиск на ціни через потребу кращої якості продукції чи її сервісу. Четверта конкурентна сила виявляється через тиск з боку постачальників. Вона створює загрозу в зростанні цін, змушуючи підприємство знизити кількість послуг, що надаються. Відповідно це впливає на обсяг прибутку. П’ята конкурентна сила зумовлена загрозою у зв’язку з появою аналогічних перукарських послуг. Однак, для послуг, які надає підприємство “Золінген Юкрейн”, такі замінники на ринку відсутні. Результати проведеного аналізу конкурентних сил свідчать, що підприємство має досить високий ринковий потенціал та його конкурентоспроможність. Воно здатне гідно поставляти свої послуги на ринку. Однак, як і будь-який суб’єкт ринкової економіки, підприємство “Золінген Юкрейн” у своїй діяльності має і слабкі сторони. З метою більш глибокого вивчення сильних та слабких сторін діяльності підприємства “Золінген Юкрейн” проведено SWOT-аналіз. Методика проведення SWOT-аналізу дає змогу спочатку виявити сильні та слабкі сторін, а також загрози й можливості підприємства на конкурентному ринку перукарських послуг. І лише після цього визначитися стосовно ланцюжків зв’язку між ними.

 У результаті проведеного аналізу встановлено, що до слабких сторін підприємства “Золінген Юкрейн” можна віднести:

 – ризик появи нових конкурентів;

 – дефіцит кваліфікаційних кадрів;

– вузькоспеціалізовану продукцію стосовно споживачів;

 – малорозвинутий ринок перукарських послуг як у регіоні, так і за його межами;

– недостатньо налагоджену систему маркетингу на підприємстві.

 Сильними сторонами підприємства “Золінген Юкрейн” є такі:

 – адекватні фінансові ресурси;

 – висока репутація перукарських послуг у споживачів;

– конкурентна перевага перукарських послуг ;

 – перевірений часом маркетинговий менеджмент;

– підприємство завдяки своїм філіям є постачальником перукарських послуг у великих містах України (Дніпропетровськ, Харків, Донецьк, Миколаїв тощо).

 При цьому можливостями, які відкриваються для підприємства “Золінген Юкрейн” в умовах зовнішнього маркетингового середовища, можуть бути:

 – вихід на нові ринки або його сегменти;

 – розширення лінії послуг, що реалізуються;

– збільшення номенклатури супутніх послуг;

 – можливість покращення маркетингової стратегії;

– зростання частки ринку.

 Загрози з боку зовнішнього середовища для підприємства можуть виявлятися в можливості появи нових конкурентів, уповільненні темпів зростання обсягів ринку перукарських послуг, а також у несприятливій політиці уряду й органів місцевої влади стосовно створення сприятливих умов для ефективної роботи підприємства. Після формування та уточнення конкретного переліку слабких і сильних сторін підприємства “Золінген Юкрейн” настає етап установлення зв’язків між ними. Стосовно тих пар, які включені в сектор “Сильні можливості”, необхідно розробляти стратегію з використання сильних сторін підприємства “Золінген Юкрейн” заради отримання віддачі від тих можливостей, що з’явилися в зовнішньому середовищі. На цьому етапі підприємство має адекватні фінансові ресурси, які можна направити на освоєння нових ринків (наприклад, освоєння ринку професійної косметики або нігтьового сервісу). Завоювати довіру в сучасних конкурентних умовах дуже складно, проте, виходячи з аналізу, підприємство займає досить стійке становище як у м. Запоріжжя, так і за його межами. За таких можливостей можна сміливо випускати на ринок лінію супутніх товарів і послуг. Досліджуючи сектор “Слабкі можливості”, встановлено, що для динамічного розвитку підприємства необхідно рухатися вперед з метою постійного збільшення частки ринку перукарських послуг. У цьому разі підприємство “Золінген Юкрейн” має можливість збільшити кількість своїх точок. Більше того, на сьогодні простежується тенденція існування малорозвинутого роздрібного ринку в регіонах країни. Необхідно зайняти цю нішу підприємству “Золінген Юкрейн”, поки цього не зробили конкуренти. Стосовно сектора “Слабкі загрози” слід відзначити, що до слабких загроз можна віднести появу нових конкурентів. Однак це практично неможливо. Ринок досить вуз кий, тому боротьба йде практично за кожного клієнта. Споживач звертається до вже перевіреного бренда.

 Результати дослідження сектора “Сильні загрози” свідчать, що в сучасних нестабільних умовах ринкової економіки, а саме: під час кризової ситуації в країні, існує реальна загроза зниження темпів зростання при наданні перукарських послуг.

Одже завдяки високому рівню обслуговування клієнтів, якості косметичної продукції, котра реалізовується, демократичним цінам підприємство “Золінген Юкрейн” заслужило добру репутацію серед споживачів, що помітно виділяє його серед інших підприємств, – конкурентів. Незважаючи на існуючі недоліки, розглянуті методи аналізу й оцінювання конкурентоспроможності можуть визначатися як аналітичні інструменти, що призначені для оцінювання рівня конкурентоспроможності при детальному її дослідженні. Аналіз особливостей надання перукарських послуг підприємством “Золінген Юкрейн” в умовах сучасного конкурентного ринку дав змогу виявити ключові фактори успіху. Запорука успіху підприємства полягає в тому, що воно реалізує тільки високоякісну продукцію, лояльно ставиться до своїх споживачів, а також має гарну репутацію серед клієнтів і постачальників.