

УДК 33

DOI 10.21661/r-117901

Я.Ю. Чиреева, А.А. Исаев

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕКЛАМНОЙ КОМПАНИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «МАДЖЕНТА» Г. ВЛАДИВОСТОКА)

***Аннотация:** в статье представлены результаты анализа конкурентоспособности рекламной компании ООО «Маджента» и ее основных конкурентов. Авторами проведена оценка основных показателей данной компании и ее основных конкурентов.*

***Ключевые слова:** рекламная компания, конкурентоспособность, показатели компании.*

Ya.Yu. Chireeva, A.A. Isaev

THE ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF ADVERTISING COMPANY (THE EXAMPLE OF LLC “MADZHENTA”, VLADIVOSTOK)

***Abstract:** the article presents the results of competitiveness analysis of LLC “Madzhenta” advertising company and its main competitors. The authors have assessed essential indicators of the company and its main rivals.*

***Keywords:** advertising company, competitiveness, indicators of the company.*

Обеспечение конкурентоспособности объективно является основной стратегической задачей любого предприятия. Известно, что уровень конкурентоспособности определяется большим числом факторов, соответственно, могут быть выделены и различные направления в решении этой задачи [1].

Актуальность выбранной автором темы, обосновывается необходимостью оперативного и эффективного применения инструментов конкурентоспособности, а также управления ими на современном предприятии.

Конкурентоспособность предприятия – один из основных критериев оценки эффективности его деятельности и развития. Конкурентоспособность предприя-

тия – это его преимущество по отношению к другим предприятиям данной отрасли внутри страны и за ее пределами. Конкурентоспособность не является имманентным качеством фирмы, это означает, что конкурентоспособность фирмы может быть оценена только в рамках группы фирм, относящихся к одной отрасли, либо фирм, выпускающих аналогичные товары (услуги) [2]

Для оценки конкурентоспособности компании, необходимо рассмотреть следующие показатели.

Качество продукции

Качество продукции – это один из важнейших показателей всей деятельности предприятия. Его повышение сильно определяет успех и выживаемость предприятия в условиях современного рынка, внедрения инноваций, темпы технического прогресса, а также экономию различных ресурсов, которые используются на данном предприятии [3].

Цена продукции

Для потребителя одним из важнейших показателей является цена продукции.

Ценовая политика фирмы – важнейшая часть ее общей хозяйственной политики, обеспечивающая адаптацию фирмы к меняющимся экономическим условиям.

Ассортимент продукции

Ассортимент продукции – количество наименований производимой продукции (работ, услуг.)

Характеристики ассортимента продукции:

- глубина – количество разновидностей в каждой подгруппе продукции;
- широта – количество видов, разновидностей и наименований однородных и разнородных групп продукции, предлагаемых торговым предприятием;
- полнота – способность набора продукции однородной группы удовлетворять одинаковые потребности потребителей.

Компетентность

Компетентность – это степень квалификации работника, которая позволяет успешно решать задачи, стоящие перед ним.

Выделяют следующие виды компетентности:

- функциональная (профессиональная) компетентность: характеризуется профессиональными знаниями и умением их реализовывать;
- интеллектуальная компетентность: тип организации знаний, обеспечивающий возможность принятия эффективных решений;
- ситуативная компетентность: означает умение действовать согласно ситуации;
- временная компетентность: отражает умение рационально планировать и использовать рабочее время;
- социальная компетентность: предполагает наличие коммуникационных и интеграционных способностей.

Уровень сервиса

Уровень сервиса относится к основным показателям конкурентоспособности и является неотъемлемой составляющей развития любого предприятия. Высокий уровень сервиса приводит к увеличению количества лояльных клиентов, формирует благоприятный имидж предприятия, что, в свою очередь, приводит к росту его финансовых показателей [4].

Наличие рекламно-информационных материалов

Потребитель должен владеть всей необходимой информацией о вашей продукции, которая убедит купить именно ваш продукт. И эту серьезную роль играет реклама. В первую очередь – это информация о конкретном юридическом либо физическом лице, идее или товаре. Распространяться она может любыми законными способами и в любой форме, при этом, не нарушая положения действующего законодательства.

Отсутствие срывов в работе, включая случаи возврата изделий

Для потребителя очень важно, чтобы их товар пришёл в положенный срок и в должном качестве. Если возникают какие-то проблемы с недоброкачественным товаром, такая ситуация должна легко и быстро решаться.

Имидж компании

Имидж предприятия – устойчивое представление клиентов, партнеров и общественности о престиже предприятия, качестве его товара и услуг, репутации руководителей. Основу имиджа предприятия составляют существующий стиль внутренних и внешних деловых и межличностных отношений персонала и официальная атрибутика: название, эмблема, товарный знак.

Внешний вид офиса

Гармоничный дизайн офиса – это важная часть успешности и привлекательности компании. Как правило, одно из первых впечатлений, которое мы формируем про саму фирму, складывается во время первого визита в офис. Поэтому, дизайн помещения, который выполнен со вкусом и несет в себе позитивную энергетику и эстетическое удовольствие, способен повысить уровень развития вашей корпорации.

Удобное месторасположение

Удобное месторасположение компании очень важный показатель компании. В нем рассматриваются наличие автостоянки, наличие неподалеку автобусной остановки, удобный въезд на территорию и т. д.

Наличие веб-сайта

Сайт – это лицо фирмы в интернете. Это отличный способ заявить о своей компании, рассказать о ее преимуществах, планах, подходу к делу и т. д.

Наличие обратной связи позволит клиентам общаться с компанией напрямую. Это увеличит количество заказов и будет способствовать появлению постоянных клиентов. Следовательно, прибыль тоже будет расти.

Сайт также может привлечь новых партнеров, в том числе и из зарубежья, особенно если он сделан не только на русском языке. Это также отличный инструмент для изучения общественного мнения и мнения клиентов [5].

Срок исполнения заказа

Срок выполнения заказа – промежуток времени между датами заказа и его выполнениями.

Рассмотрим три компании, конкурирующие между собой: ООО «Маджента», ООО «Рекламные сувениры», ООО «Ирокез».

ООО «Маджента»

Компания «Маджента» ежегодно реализует более одной тысячи договоров и контрактов на производство сувенирной и представительской продукции, рекламных и промо-материалов, бизнес подарков и VIP-сувениров для клиентов и заказчиков из городов Приморского края и Дальнего Востока России.

ООО «Рекламные сувениры»

Рекламные сувениры – это подарки для партнеров, клиентов и сотрудников со склада во Владивостоке и под заказ. Широкий ассортимент промо-сувениров, посуды, электроники – всего, что может понадобиться для обращения к различным аудиториям, проведения акций, выставок, презентаций и других мероприятий [6].

ООО «Ирокез»

Основные виды деятельности: рекламно – маркетинговое обслуживание, полиграфический дизайн, дизайн упаковки. Цель организации компании -желание создать эффективную рекламу; такую рекламу, которая повышает уровень продаж клиентов и отвечает современному уровню конкуренции товаропроизводителей [7].

Сравним три представленные рекламные компании по показателям конкурентоспособности (таблица 1).

Таблица 1

Оценка конкурентоспособности по показателям потребителей
(по пятибалльной шкале)

Показатели	Маджента	Рекламные сувениры	Ирокез
Компетентность персонала	5	4	5
Удобное месторасположение	3	4	3
Цена продукции (услуги)	4	4	4

Уровень сервиса	4	5	4
Срок исполнения заказа	4	4	3
Наличие рекламно-информационных материалов	3	5	5
Ассортимент продукции	5	5	4
Отсутствие срывов в работе	4	3	4
Внешний вид офиса	4	5	5
Имидж компании	4	5	4
Качество продукции	4	5	4
Средний балл	3,9	4,5	4,2

Исходя из результатов, приведенных в таблице, видно, что ООО «Маджента» отстает от своих конкурентов в следующих показателях: наличие рекламно-информационных материалов, удобное месторасположение и наличие веб сайта. Лидером в данной отрасли является рекламная компания ООО «Рекламные сувениры» (4,5 баллов).

Таким образом, проведенный анализ и оценка конкурентоспособности выявили сильные и слабые стороны рекламной компании ООО «Маджента» [8].

Список литературы

1. Исаев А.А. Понятие «конкурентоспособность предприятия»: проблема определения / А.А. Исаев, Т.М. Коршунова // Экономика и предпринимательство. – 2014. – №6. – С. 596–599.
2. Конкурентоспособность предприятия: методический аспект: Сб. науч. трудов / Науч. ред. Т.В. Тилиндис, А.В. Локша. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – 42 с.
3. Исаев А.А. Принятия решения о покупке: эмоциональный аспект / А.А. Исаев // Практический маркетинг. – 2015. – №5. – С. 3–6.
4. Исаев А.А. Конкурентоспособность продукции как основной фактор конкурентоспособности предпринимательских структур: проблемы теории / А.А. Исаев, Л.Н. Гарусова // Экономика и предпринимательство. – 2013. – №1. – С. 271–273.

5. Исаев А.А. Оценка конкурентной силы предприятия на основе эмоциональной теории продаж / А.А. Исаев // Экономика и предпринимательство. – 2012. – №3. – С. 293–295.

6. Сайт рекламной компании ООО «Рекламные сувениры» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.krs-vl.ru/>

7. Сайт рекламной компании ООО «Ирокез» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.irokez.ru/>

8. Оценка конкурентоспособности торгового предприятия и разработка рекомендаций по ее повышению: Сб. науч. трудов / Науч. ред. А. Г. Ким. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2014. – 42 с.

Чиреева Яна Юрьевна – студентка ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Россия, Владивосток.

Chireeva Yana Yurievna – student FSBEI of HE “Vladivostok State University of Economics and Service”, Russia, Vladivostok.

Исаев Александр Аркадьевич – д-р экон наук, доцент ФГБОУ ВО «Владивостокский государственный университет экономики и сервиса», Россия, Владивосток.

Isaev Aleksandr Arkadievich – doctor of economic sciences, associate professor FSBEI of HE “Vladivostok State University of Economics and Service”, Russia, Vladivostok.
