

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Повышение конкурентоспособности предприятия сферы услуг
(на примере салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратов)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

Студентки_5_ курса, 551 группы
направления (специальности) 43.03.01 «Сервис»

код и наименование направления

Институт истории и международных отношений

наименование факультета

Толстейко Анастасии Михайловны

Научный руководитель:
доцент кафедры туризма
и культурного наследия,
к. соц. наук _____

М.С. Отнюкова

Заведующий кафедрой туризма
и культурного наследия,
д.э.н., профессор

Т.В. Черевичко

Саратов 2022

Введение. Актуальность изучения темы бакалаврской работы. В наши дни рассмотрение проблемы эффективности конкурентоспособности организации является наиболее актуальной, так как мировой рынок стремится к созданию и обеспечению условий для рыночной конкуренции. Но в противовес этому на мировой арене существует множество фирм-монополистов, которые не дают возможность пробиться новым компаниями, в результате чего, происходит чрезмерная монополизация рынка, которая угрожает нормальному функционированию рыночного механизма. Поэтому проблемам конкурентоспособности отводится значительное место в исследованиях, исследованию повышения конкуренции примере салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS» будет посвящена наша бакалаврская работа.

Теоретические основания работы. Теоретическими основаниями работы стали труды следующих учёных, которые занимались исследованием построения стратегий конкурентоспособного менеджмента в сфере сервиса: Резник С.Д., Соколова А.А., Гордин В.Э., Философова Т.Г., Фатхутдинов Р.А., Виноградова М.В.

Цель бакалаврской работы – исследование способов и технологий повышения конкурентоспособности предприятия сферы услуг, а также разработка рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратова.

На основе поставленной цели выделены следующие **задачи**:

1. Изучить теоретические аспекты конкурентоспособности предприятия сферы услуг;
2. Проанализировать понятие, сущность и факторы, влияющие на конкурентоспособность предприятия сферы услуг;
3. Определить основные показатели конкурентоспособности предприятия сферы услуг и салонов красоты;
4. Провести исследование конкурентоспособности предприятия сферы

услуг салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS»;

5. Дать общую характеристику салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS»;

6. Провести анализ финансового состояния и основных стратегий конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS»;

7. Проанализировать рынок услуг в сфере красоты в г. Саратове;

8. Разработать рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS»;

9. Сформировать стратегию по повышению конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS».

Объект бакалаврской работы – салон красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратов.

Предмет бакалаврской работы – инструменты и методы конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратов.

Эмпирическая база бакалаврской работы включает в себя следующие методы:

- исследование организации «MAMABOSS HAIR&NAILS»;
- карта позиционирования «MAMABOSS HAIR&NAILS»;
- ЗР «MAMABOSS HAIR&NAILS»;
- опрос клиентов «MAMABOSS HAIR&NAILS» (опрошено 52 человека).

Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендаций, направленных на повышение конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратова.

Структура работы. Бакалаврская работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка используемых источников и приложений.

Основное содержание бакалаврской работы

В нашей работе мы рассматриваем конкурентоспособность организации через призму конкурентоспособности услуг, а именно, в результате подхода, реализуемого на оперативном или тактическом уровне управления, предполагающего принятие управленческих решений, позволяющих локализовать неблагоприятную ситуацию и минимизировать возможные потери.

Стратегическая же конкурентоспособность возможна при наличии у организации устойчивых управляемых конкурентных преимуществ на длительную перспективу, одним из которых является альтернативный набор стратегий конкурентоспособности организации. Для конкурентоспособности организации необходимы три уровня: оперативный, тактический и стратегический.

Обеспечение конкурентоспособности на оперативном уровне означает конкурентоспособность продукции. Критерием конкурентоспособности в данном случае является показатель конкурентоспособности продукции. Конкурентоспособность на тактическом уровне определяется в целом состоянием предприятия. Критерием конкурентоспособности будет считаться комплексный показатель состояния предприятия.

Обеспечение конкурентоспособности на стратегическом уровне, рассматривает обеспечение инвестиционной привлекательности предприятия. Критерием конкурентоспособности на стратегическом уровне будет финансовый рост стоимости предприятия. Конкурентоспособность предприятия определяется, как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов. Цели зависят от временных рамок. Поэтому, конкурентоспособность предприятия рассматривается, как способностью вести успешную (с учетом поставленных целей) деятельность в условиях конкуренции в течение времени. Факторы конкурентоспособности организации делятся на внешние, не зависящие от организации, и внутренние, принимаются руководством организации.

Факторы, определяющие конкурентоспособность услуг:

- Качество услуг;
- Цена услуг;
- Уровень квалификации персонала и менеджмента;
- Технологический уровень производства;
- Доступность источников финансирования¹.

Услуга как товар может стать конкурентоспособной, т.е. занять достойное место в ряду аналогов и субституттов только в том случае, если она будет отвечать такому трудноуловимому и многозначительному понятию, как качество.

Качество - главная характеристика услуги. Это способность услуги выполнять свои функции. В понятие качества входят удобство, надежность, точность, простота, и прочие ценные свойства. Однако и этого недостаточно. Услуга должна удовлетворять потребности потребителей. А если она еще и сможет способствовать удовлетворению скрытых (подсознательных) потребностей - статусных, возрастных, психологических, духовных - успех ему на рынке обеспечен.

Различают качества услуги:

- физические: надежность;
- эстетические: стиль, класс, красота, изящество;
- символические: статус, престиж, класс;
- дополнительные: гарантия².

При разработке фирменной услуги производитель должен принять *решение об уровне качества и прочих отличительных чертах*, которые будут обеспечивать поддержание позиции марки на целевом рынке³. Одним из основных орудий позиционирования, которым располагает продавец,

¹ Философова Т.Г., Быков В.А. Конкуренция. Инновации. Конкурентоспособность. – М.: Юнити-Дана, 2008. – 296 с.

² Философова Т.Г., Быков В.А. Указ. соч. – 296 с.

³ Виноградова М.В. Организация и планирование деятельности предприятий сферы сервиса. - М.: Дашков и К, 2015. - 464 с.

является качество его услуги. Помимо этого, важным является эффективность кадров.

Важными условиями для решения проблемы эффективного менеджмента и создания механизмов естественной ротации кадров предприятий является наличие, с одной стороны, системы контроля и ответственности, а с другой - системы мотивации. Контроль эффективности менеджмента должны осуществлять собственники предприятия.

Обеспечения конкурентоспособности предприятия возможно за счет факторов внутренней среды. Воздействовать на факторы внутренней среды можно, но не всегда они будут эффективны, я хочу сказать, что у воздействия на данные факторы будет наблюдаться разная степень эффективности. Например, для инновационных изменений технико-технологических условий работы, нужны большие финансовые вложения и длительный срок окупаемости. Среди внутренних факторов конкурентоспособности предприятия хотим выделить умение управлять организацией. Умение управление организацией включает: подготовку менеджеров, умение ведения переговоров, умение вести торговлю. Эти факторы являются ключевыми показателями при определении конкурентоспособности организации на любом рынке.

Итак, без многоуровневой конкурентоспособности организация не сможет выжить в конкурентной борьбе. При общем подходе конкурентоспособность выражается только в процессе соперничества в условиях рыночных отношений, и характеризуется степенью удовлетворения потребностей клиентов по сравнению с аналогичными объектами.

Обобщив результаты исследований, была определена основная проблема - это текучка кадров ногтевого сервиса и невысокий уровень профессионализма администраторов. Администратор, главное связующее звено, но отсутствие квалификации, критического мышления и гибкости, отяжеляет работу всего салона. Салон проигрывает другим, потому что в условиях высокой конкуренции внутренние проблемы, связанные с

неэффективностью персонала, приводят к потере репутации, которая зарабатывалась на протяжении 14 лет, в третьей главе представлены рекомендации, которые помогут исправить данное положение.

Мы рассмотрим уровень конкурентоспособности по УТП.

«MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратов, ТАУ ГАЛЛЕРЕЯ. Слоган «Меняйся, оставаясь собой», «MAMABOSS - совершенно новый взгляд на красоту от самых выдающихся талантов».

Преимущества:

Салон предлагает широкий спектр услуг и процедур: парикмахерские услуги, ногтевой сервис, brow-bar, lash-bar, шугаринг, восковая эпиляция, пирсинг, колористика, студия загара.

Выгода:

В салоне существует градация мастеров от новичка до топ-мастера (планируется вводить еще и категорию люкс-мастера).

1. Новичок
2. Мастер-универсал
3. Топ-мастер.

Эта градация, делает услуги, доступными всем слоям населения в материальном плане, без потери качества услуг и предоставляет мотивацию к росту самих сотрудников.

Карта позиционирования «MAMABOSS HAIR&NAILS», среди близлежащих салонов:

ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО			
НИЗКАЯ ЦЕНА	MIOLA	MAMABOSS	ВЫСОКАЯ ЦЕНА
	СЛАВЯНСКИЙ ЦИРЮЛЬНИК	NAILSMADE	
НИЗКОЕ КАЧЕСТВО			

MIOLA - В салоне помимо оказания услуг парикмахерских и ногтевого сервиса, проводят обучение будущих мастеров, салон, не смотря на свое

долгое существование неизвестен, персонал в салоне работает более 5 лет и его очень мало, цены на услуги относительно низкие, но качество высокое.

MAMABOSS - персонала и филиалов достаточно много, не смотря на текучку кадров. Собственная школа обучения мастеров. Большинство персонал в организации более 6-9 лет, с большим опытом, категориями и достижениями. Качество и цена соответствует. Минус в обучении администраторов.

СЛАВЯНСКИЙ ЦИРЮЛЬНИК - Не смотря на известность и большое количество филиалов данного салона, он так и не добился успеха, постоянная смена персонала, невозможность проконтролировать рабочий процесс и бучить персонал общению с клиентами, убила качество обслуживания и общую идею салона.

NAILSMADE - новое место, отсутствует этика поведения персонала и клиентоориентированность, располагается в новостройке, вывески совершенно не видно, качество услуг низкое, нет никаких гарантий, но цена очень высока.

Целевая аудитория MAMABOSS HAIR&NAILS:

Целевой аудиторией салона является совершенно разнообразные слои общества. В этом играет свою роль их модель продвижения и расположение, т.к. салоны данной сети располагаются в крупных ТЦ города. Для продвижения своих услуг, руководство обращается к известным людям нашего города при чем разных возрастов, так же показывает достижения своих мастеров на всероссийских и международных конкурсах, так же их продвигает собственная качественная работа и бесконфликтная политика, клиент всегда прав-даже если это не так.

Т.к. рекламировать красоту с помощью одного персонажа, не долго работает, руководство выбирает новые лица, для привлечения интереса.

3-продукта.

Так как основными услугами важными для внешнего вида наших клиентов являются парикмахерские услуги, ногтевой сервис и услуги

лицо/тело их больше всех и освещают в соц.сетях.

Наиболее важные и популярные:

окрашивание/ восстановление волос;

детские стрижки/прокол ушек;

маникюр/педикюр(женский/мужской/детский);

брови/ресницы/солярий.

NPS- индекс потребительской лояльности «MAMABOSS HAIR&NAILS»

Опрос проведен с участием 52 клиентов салона, новеньких и постоянных, за январь 2022 года с учетом выходных дней в социальной сети в ВКонтакте:

Были выявлены 32 - приверженцы бренда;

12 - нейтральные потребители;

8 - критики.

$NPS = 32 - 8 = 24$

Задав финальный вопрос «Назовите основную причину вашей оценки?»

Сторонники бренда в один голос отвечали: *«быстро, качественно, удобно!»*.

Рекомендации реальных клиентов салона красоты – очень сильный инструмент убеждения новых клиентов. Размещение отзывов в интернете (в том числе на независимых ресурсах) может повлиять на посещение салона красоты.

На основе проведенного в аналитической части бакалаврской работы анализа и оценки конкурентоспособности салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS» были разработаны рекомендации по повышению конкурентоспособности по следующим основным направлениям:

1. Активизация маркетинговой и рекламной деятельности;
2. Формирование программы лояльности для постоянных клиентов (внедрение системы дисконтных карт);

3. Повышение квалификации персонала.

4. Формирование системы мотивации персонала.

Активизация маркетинговой и рекламной деятельности с целью продвижения салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», а также формирование программы лояльности для клиентов позволит увеличить наполненность салона, соответственно повысит его прибыльность.

Таким образом, можно сказать, что мотивация персонала предприятия сферы красоты – это цельный комплекс действенных и продуманных мер, которые поддерживают сервис в организации на должном уровне.

Основными направлениями совершенствования работы сотрудников салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS» должны стать:

1. Организация повышение квалификации персонала;
2. Организация прохождения сотрудниками тренинга по тайм-менеджменту - обучение для получения навыков эффективного распределения времени;
3. Организация прохождения сотрудниками салона красоты тренингов по получению навыков эффективного общения с клиентами.

Данный тренинг должен иметь две направленности: первая - выработку чувства внимания к клиенту, которого им зачастую не хватает; и второе - выработка навыков привлечения клиентов и реализации клиентам продукции салона.

Прохождение курсов повышения квалификации должны проходить по 2 парикмахера-стилиста на протяжении 3 дней (чтобы не создавать перегруженность тем парикмахерам-стилистам, которые останутся выполнять функциональные обязанности в салоне).

Тренинги по тайм-менеджменту следует проводить в 4 этапа - по 6 сотрудников в каждом тренинге. Тренинги будут проходить 2 дня подряд в понедельник-вторник по вечерам (по 3 часа времени).

Первыми пройти тренинг должны 6 сотрудников, которые наиболее расположены к нововведениям и не имеют внутреннего сопротивления

новациям (определить, возможно, при помощи психологических тестов, проведенных для сотрудников директором).

После прохождения ими тренинга организованность их работы должна повыситься, что послужит мотивом и примером для прохождения тренинга остальных сотрудников салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS».

Прохождение тренинга по эффективным навыкам работы с клиентами также очень важно, поскольку клиентам от сотрудников салона красоты необходимо не только предоставление услуг высокого качества, но и компетентная профессиональная консультация, а зачастую и жизненная консультация, получение морально-психологической поддержки.

Прохождения тренингов по навыкам общения с клиентами позволит достичь оптимального соотношения между «открытостью» и «закрытостью» сотрудников салона красоты, сформирует навыки продаж продукции и привлечения клиентов.

Тренинг также будет проходить в субботу-воскресенье, проходить его будут по 6 сотрудников салона. Повышение мотивации сотрудников салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS» на первом этапе возможно за счет оплаты руководством салона обучения сотрудников.

Эффективность нематериальных мероприятий состоит в следующем:

- Привлечение новых клиентов и постоянных гостей, что в свою очередь повысит доход предприятия.
- Улучшение коммуникации на предприятии. Благодаря этому эффекту можно устранить большинство проблем, возникающих из-за недопонимания в коллективе или же из-за недостатка в общении сотрудников между собой.

Оптимизация трудового процесса в салоне красоты (в том числе посредством совершенствования системы мотивации) может повысить выручку предприятия на 5%.

Заключение. Итак, проведенный анализ повышение конкурентоспособности предприятия сферы услуг (на примере салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS», г. Саратов), позволил сделать ряд выводов как теоретического, так и практического характера.

В результате проведенного теоретического анализа существующих источников, было выявлено, что без многоуровневой стратегии конкурентоспособности организация не сможет выжить. При общем подходе конкурентоспособность выражается только в процессе соперничества в условиях рыночных отношений, и характеризуется степенью удовлетворения потребностей клиентов по сравнению с аналогичными объектами.

Обеспечение конкурентоспособности предприятия возможно за счет финансов, маркетинга, менеджмента, квалификации персонала. Это те факторы, на которые можно и нужно влиять в первую очередь.

Теоретический анализ показал, что для клиентов важно соотношение цены и качества. На наш взгляд, особенно важно отметить, что услуга как товар может стать конкурентоспособной, т.е. занять достойное место в ряду аналогов только в том случае, если она будет отвечать такому понятию, как качество. Для того чтобы стать конкурентоспособным предприятием, необходимо стремление и постоянный анализ соперников.

В аналитической части работы нами был проведен ряд практических исследований. Нами было проведено исследование с помощью карты позиционирования «MAMABOSS HAIR&NAILS»; ЗР «MAMABOSS HAIR&NAILS»; опрос клиентов «MAMABOSS HAIR&NAILS» (опрошено 52 человек).

В результате построения карты позиционирования салона «MAMABOSS HAIR&NAILS» были сделаны следующие выводы:

Салон имеет широкий спектр услуг, присутствует градация мастеров для доступности услуг в разной ценовой политике, есть минус в обучении администраторов и текучка кадров, лояльное отношение к мастерам с большим опытом.

Проведенное анкетирование среди посетителей салона «MAMABOSS HAIR&NAILS» показало, что большая часть посетителей приверженцы бренда и в обслуживании их все устраивает. Целевой аудиторией являются совершенно разные слои общества, в этом играет свою роль градация мастеров, и месторасположение салона.

Салон «MAMABOSS HAIR&NAILS» находится в самом популярном месте Ленинского района, г. Саратова, ТГУ Галерее, для привлечения новых клиентов, необходимо его продвижение.

Обобщив результаты исследований, была определена основная проблема - это текучка кадров ногтевого сервиса и невысокий уровень профессионализма администраторов.

Администратор, главное связующее звено, но отсутствие квалификации, критического мышления и гибкости, отяжеляет работу всего салона. Салон проигрывает другим, потому что в условиях высокой конкуренции внутренние проблемы, связанные с неэффективностью персонала, приводят к потере репутации которая зарабатывалась долгие годы.

Для решения данной проблемы были разработаны рекомендации: активизация маркетинговой и рекламной деятельности; формирование программы лояльности для постоянных клиентов (внедрение системы дисконтных карт); повышение квалификации персонала; формирование системы мотивации персонала.

Для салона красоты «MAMABOSS HAIR&NAILS» целесообразно использовать стратегию дифференциации, которая будет направлена на нейтрализацию слабых сторон компании. Стратегия дифференциации позволит «MAMABOSS HAIR&NAILS» придать своим продуктам отличительные черты, привлекательные для каждой группы из составленного портрета потребителей, что будет способствовать получению конкурентных преимуществ и повышению посещаемости салона.

Данные выводы и предложения были представлены руководителю

организации. Информация была им проанализирована и оценена положительно, в настоящее время принимаются меры для внедрения разработанных рекомендаций.