

Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности исследовательской компании

Локтева Юлия Вадимовна, студентка магистратуры, ФГБОУ ВО «Омский государственный педагогический университет», г. Омск, Россия

Елкина Виктория Николаевна, кандидат экономических наук, доцент, ФГБОУ ВО «Омский государственный педагогический университет», г. Омск, Россия

Аннотация. В статье предложены рекомендации для повышения конкурентоспособности исследовательской компании. В статье отмечено, что клиент компании занимает главное место при анализе внешней среды. Правильная интерпретация его желаний и требований позволит компании увидеть имеющиеся проблемы и достичь поставленной цели.

Ключевые слова: конкурентоспособность, клиент, исследовательская компания, мотивация менеджеров, бизнес-процессы.

Development of recommendations for improving the competitiveness of a research company

Lokteva Julia Vadimovna, graduate student, Federal State Educational Institution of Higher Education "Omsk State Pedagogical University", Omsk, Russia

Elkina Victoria N., PhD in Economics, Associate Professor, Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia

Abstract. The article offers recommendations for improving the competitiveness of a research company. The article noted that the client of the company takes the main place in the analysis of the external environment. The correct interpretation of his wishes and requirements will allow the company to see the problems and achieve the goal.

Keywords: competitiveness, client, research company, manager motivation, business processes.

На сегодняшнем этапе развития рыночных отношений любая компания заинтересована в максимизации своих результатов. Для достижения поставленной цели компания оптимизирует свои процессы, анализирует внутреннюю и внешнюю среду, проводит конкурентный анализ. Все выше перечисленное, так или иначе, приводит к повышению конкурентоспособности компании и исследовательская компания здесь не исключению.

Спецификой деятельности исследовательской компании, то, что отличает ее от других сфер, является то, что акцент в повышении конкурентоспособности ставится не только на анализе конкурентов, а на анализе клиентов [2]. Поскольку именно они пользуются предоставляемыми услугами, и если клиент остается неудовлетворен процессом работы и предоставленными результатами, то вероятность его положительных рекомендаций и возвращения вновь сводится к минимуму. Следовательно, для повышения конкурентоспособности исследовательской компании необходимо учитывать интересы и требования своих клиентов, чтобы достичь поставленной цели [3].

ООО «Маркетинговое агентство Делфи» является компанией, предоставляющая услуги полного цикла (аналитика, стратегия, консалтинг в области маркетинга) [1]. За последние 3 года прибыль компании снижается медленными темпами. Это связано с тем, что клиент отказывается от проекта по одной или нескольким причинам: высокая стоимость, предыдущий опыт (срывание сроков проекта, что подводило клиента), продолжительность исследования.

Исходя из причин отказа клиента, нами были разработаны ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности компании:

1. Сокращение сроков реализации проектов и стоимости услуги. В отделе аналитики был проанализирован процесс обработки запроса, продажа услуги, ее оказание и послепродажное обслуживание. В среднем на данные процессы уходило 50 часов. В стоимостном выражении (ставка аналитик 1000 руб./час) это составило 50 тыс. руб. В результате анализа процесса было обнаружено, что менеджер тратит много времени на принятие запроса, составление коммерческого предложения и анализ данных. Решением данных проблем стали – покупка

приложения «Регистратор звонков», покупка программы «Revelation», составление брифа для самостоятельного заполнения клиентом. Данные мероприятия позволили сократить процесс на 13,5 часов и снизить стоимость одного проекта до 13,5 тыс. руб. Разовые затраты составят 143 600 руб. Срок окупаемости - 3 месяца. Годовой эффект от предложенных мероприятий - примерно 720 000 руб.

2. Изменение мотивационной системы менеджера. Срывание сроков проектов были по причине отсутствия мотивации у менеджеров сдавать проект вовремя, если от выполнения в срок премиальная часть не изменится. Ранее в ООО «МА Делфи» премия зависела от выполнения месячного плана отдела и индивидуальных задач менеджера. Так, если менеджер видел, что его премия не изменится от закрытия проекта в текущем месяце, то он переносил сдачу проекта на следующий месяц, ссылаясь на нехватку данных, дополнительный контроль и т.д. Нами было предложено изменить назначение премии: 3% от суммы заключенных и сданных вовремя проектов. Процент премии был рассчитан методом постановки так, чтобы рентабельность проектов была неизменной. Изменения были зафиксированы в соответствующем положении. Данные мероприятия позволят: увеличить мотивацию персонала сдавать вовремя проект; уменьшить частоту срывов сроков проектов.

Таким образом, для повышения конкурентоспособности исследовательской компании необходимо во внимание ставит требования и желания своих клиентов. Это можно сделать с помощью простой беседы с клиентами. Так ООО «МА Делфи» выяснено, что клиенты отказываются от сотрудничества по причинам: высокая стоимость, предыдущий опыт (срывание сроков проекта, что подводило клиента), продолжительность исследования. В результате анализа внутренней среды компании, были определены факторы, препятствующие эффективному функционированию компании. Для повышения конкурентоспособности компании были предложены ряд мероприятий, которые позволили понизить стоимость проекта и сроки его реализации, а также заинтересовать менеджеров сдавать проект вовремя через изменение мотивационной системы.

Список используемых источников:

1. Официальный сайт МА "Делфи". - <http://www.delfi2000.ru/> [дата обращения 22.12.2018]
2. Фатхутдинов Р. А. Стратегическая конкурентоспособность: Учебник / Р.А. Фатхутдинов. - М.: ЗАО "Издательство "Экономика", 2015. - 504 с.
3. Электронный ресурс по маркетингу и менеджменту. / Powerbranding.ru - <http://powerbranding.ru/biznes-analiz/matrica-mckinsey/> [дата обращения 22.12.2018]