

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей Выпускной Квалификационной работы – **«Совершенствование ассортиментной политики предприятия (на примере ИП Матвеев В.В.)».**

Слайд 2

Целью работы является разработка путей совершенствования ассортиментной политики предприятия ИП Матвеев В.В.

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ИП «Матвеев В.В.». Индивидуальный предприниматель Матвеев Валерий Витальевич зарегистрирован 16 ноября 2010 года в городе Собинка.

Как известно, высокий процент продаж можно достичь несколькими путями, а именно: увеличением общего числа потребителей в салоне, увеличение частоты покупок, увеличение числа покупок за одно посещение.

На рисунке представлена структура прибыли в салоне красоты «Лидия». Исходя из рисунка видно, что большую часть прибыли салону красоты приносят парикмахерские услуги 60%, также 30% составляет ногтевой сервис и 10% прибыли с продаж.

В таблице представлены цены на основные услуги в салоне красоты «Лидия» и его прямых конкурентов.

Таким образом, видно, что в нашем салоне красоты достаточно высокие цены, чем в «Ажуре» и «Премиум», но зато присутствует полный спектр услуг, в отличие от «Ажур».

Слайд 4

Один из основных показателей, применяемый при оценке конкурентоспособности является доля рынка. Может быть так, что организация отлично развивается: прибыль растет, темп продаж увеличивается. А доля рынка организации невелика, то перспективы развития бизнеса становятся сомнительными.

Рассмотрим долю рынка салонов красоты и парикмахерских в городе Собинка на верхнем рисунке.

Таким образом, из рисунка, видно, что «Лидия» занимает большую долю рынка 30%, так как функционирует дольше остальных, «Премиум» занимает 25%, «Ажур» 20%, на «Корону» и «Красотку» приходится по 10% и 5% прочие.

Главным конкурентом ИП «Матвеев В.В.» является парикмахерский салон «Ажур», расположенный поблизости, а также «Премиум» и другие.

Затем проведем анализ конкурентов по 5 бальной шкале на основе опроса, где 5-отлично, 4-хорошо, 3-удовлетворительно, 2-неудовлетворительно.

Проанализировав основных конкурентов, можно сделать вывод, что у салона красоты «Лидия» очень хорошая реклама, разнообразный ассортимент, но очень высокие цены, по сравнению с конкурентами. «Премиум» привлекателен низкими ценами, а парикмахерская «Ажур» привлекательна атмосферой, ассортиментом и качеством выполнения услуг.

Слайд 5

Далее проведем ABC-анализ товарного ассортимента в ИП «Матвеев В.В.». Этот метод позволяет рассортировать список значений на три группы, которые оказывают разное влияние на конечный результат.

Первым шагом в проведении этого анализа в таблице перечислим анализируемые позиции и данные о продажах за год.

По данным таблицы видно, что среди всех услуг большой спрос имеют женские стрижки, маникюр с покрытием + дизайн, а также мужские стрижки.

Слайд 6

После того, как вычислили долю выручки в общей сумме выручки, посчитаем долю нарастающим итогом в верхней таблице. Для первой позиции она будет неизменной, а для второй – индивидуальная доля плюс доля нарастающим итогом для предыдущей позиции.

Далее в нижней таблице присвоим каждой позиции ту или иную группу, в зависимости от того, сколько процентов составляет накопительная доля. До 80% - в группу А, до 95% - В, все остальное С.

По окончании анализа можно сделать вывод, что у женских и мужских стрижек, сложного окрашивания и маникюра с дизайном большой спрос, они приносят максимальную прибыль организации, а от химической завивки и причесок можно и вовсе отказаться. Такие услуги, как простое окрашивание и маникюр с покрытием, также важны для компании, они обеспечивают стабильную прибыль.

Слайд 7

Затем проанализируем ассортимент ИП «Матвеев В.В.» методом Маркон. Данный метод может применяться тогда, когда есть необходимость разработки типовых предложений для той или иной ассортиментной группы, а также при принятии управленческих решений по ассортименту предприятия в целом.

Первым этапом в методе Маркона является формирование базы данных. Рассмотрим первое полугодие 2017 года. В верхней таблице представлены ассортиментные позиции данной группы, а также цена, переменные затраты,

количество проданных единиц, маржинальный доход, валовая маржа на единицу продукции, а также доля валовой маржи для каждой позиции и их средневзвешенные значения.

Вторым этапом матрицы Маркон является определение двоичных кодов, которые характеризуют экономический результат каждого артикула. Каждой ассортиментной позиции присваивается двоичный код (Q, P, C, MCA, MCU, MCI), относительно средневзвешенного значения. Если результат превосходит средневзвешенное значение, то присваивается 1, а если не превосходит, тогда 0. В нижней таблице распределим двоичные коды за оба полугодия.

Слайд 8

Далее в таблице строим матрицу Маркон, которая является выражением статической картины ассортимента услуг ИП «Матвеев В.В.» 1-е полугодие 2017.

Исходя из данных таблицы, можно сделать вывод, что женская и мужская стрижки являются стабильными услугами и приносят основную прибыль предприятию. Сложное окрашивание и маникюры пользуются ограниченным спросом. Товары и услуги, занимающие данную позицию, являются элитными. Они обладают высокими ценами. Простое окрашивание (окрашивание корней, окрашивание в один тон и мелирование), химическая завивка и прически не приносят значительной выручки предприятию, данные услуги нужны для разнообразия ассортимента.

Слайд 9

Далее в таблице строим матрицу Маркон, которая является выражением статической картины ассортимента услуг ИП «Матвеев В.В.» 2-е полугодие 2017.

Исходя из проведенного анализа, можно сделать вывод, что студия красоты «Лидия» работает недостаточно эффективно, так как выручка не очень большая и основная ее часть уходит на приобретение новых материалов. Поэтому следует уделить внимание расширению ассортимента, как для повышения экономической деятельности предприятия, так и для завоевания симпатии потребителей.

Слайд 10

Целью ассортиментной политики является удовлетворение запросов потребителей путем совершенствования и расширения товаров, использование новых методов работы и услуг для посетителей, что приведет к обеспечению максимальной эффективности предприятия. В таблице на слайде рассмотрим основные мероприятия ассортиментной политики.

При расчете калькуляции используют группировку затрат по статьям калькуляции, благодаря чему производится расчет стоимости единицы выпускаемой продукции. Лучше всего производить расчет методом сопоставимой контролируемой цены, которая устанавливается на основании стоимости услуг, предоставляемые фирмами конкурентами.

Слайд 11

Затраты на реализацию солярия и педикюра в год, представлены в таблице на слайде.

Таким образом, общие расходы на реализацию солярия и педикюра составили 601 349 руб. Стоимость одной минуты солярия составила 8.6 рублей, а стоимость одной услуги педикюра 832.2 рубля.

Слайд 12

Рассмотрим общее влияние осуществления деятельности по внедрению новых услуг на общие результаты деятельности ИП Матвеев В.В. в таблице составим прогноз деятельности предприятия на 2019 год, с учетом увеличения выручки предприятия.

Таким образом, по прогнозу на 2019 год выручка увеличится на 990 000 руб. Исходя из того, что на педикюр стоит взять мастера с образованием, увеличилась заработная плата рабочих, страховые взносы и премии на прогноз 2019 год. Чистая прибыль в ИП Матвеев В.В. на 2019 год составит 1 015 989 рублей, что на 473 142 рубля больше, чем в 2018 году.

Исходя из показателей данной деятельности предприятия, можно сделать вывод, что эффективность производственной деятельности ИП Матвеев В.В. увеличится, что характеризует целесообразность ввода новых услуг, такие как солярий и педикюр, что повысит финансовую устойчивость нашего предприятия.

Слайд 13

Таким образом, анализ ассортимента услуг ИП Матвеев В.В. показал, что организация работает недостаточно эффективно, так как выручка не очень большая и основная ее часть уходит на приобретение новых материалов.

Для увеличения прибыли и поддержания стабильной работы предприятия в перспективе необходимо постоянно проводить анализ и оценку деятельности предприятия в различных аспектах.

В выпускной квалификационной работе для повышения эффективности предприятия предложено ввести новые виды услуг, такие как солярий и педикюр.

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.