

1. Слайд

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - Оценка конкурентоспособности предприятия на примере ООО «Прайд СПб».

Актуальность темы основана на необходимости оперативно и эффективно пользоваться инструментами конкурентоспособности, а кроме того, оперативно ими управлять на современном предприятии.

2. Слайд

Цель работы - изучить базовые методики оценки конкурентоспособности предприятия, оценить конкурентоспособность предприятия, примером которого является ООО «Прайд СПб» и отыскать пути увеличения конкурентоспособности этого предприятия.

3. Слайд

В первой главе работы рассматриваются теоретические аспекты оценки конкурентоспособности предприятия. Основным фактором, способствующим коммерческому успеху предприятия на рынке, выступает его конкурентоспособность (КСП). Определение КСП, подобно определению «маркетинг», является многозначным — и универсального его понятия не существует.

В качестве конкурентоспособности можно рассматривать комплекс экономических, технических и эксплуатационных показателей, дающих возможность соперничать с прочими подобными фирмами/предприятиями/товарами на рынке.

Типовая схема оценки конкурентоспособности предприятия представлена на слайде.

4. Слайд

Разработка стратегии конкуренции должна включать такие направления, как снижение себестоимости, дифференциация продуктов, сегментирование рынка, внедрение новшеств, реагирование на потребности рынка. Значимым направлением стратегии КСП является достижение экономического превосходства над конкурентами, снижая затраты на производство, сбыт, перевозку товаров, повышение эффективности реализуемых НИОКР, рекламу, маркетинговую деятельность.

5. Слайд

Во второй главе работы проводится анализ конкурентоспособности ООО «Прайд СПб». Годом организации торгово-финансовой группы «Прайд» стал 1994 год, местом организации — г. Москва.

Компания ставит целью продвигать на рынок лишь качественные средства автохимии и автокосметики, а также — завоевать лидирующие позиции на рынке.

Сегодня компанией производится богатый ассортимент товаров автохимии, объединенных торговой маркой «Прайд».

ООО «ПРАЙД» — это официальный дилер знаменитых во всем мире брендов — таких, как STP, AKMOR ALL, PRESTONE, SIMONIZ, GOJO, QUALCO, VERSACHEM и др.

6. Слайд

Во главе был произведен расчет конкурентоспособности компании ООО «Прайд СПб», с использованием методики расстановки приоритетов.

У показателя конкурентоспособности ООО «Прайд СПб» — положительная величина. Это свидетельство высокой конкурентоспособности компании по итогам 2013 года.

Если расчетное значение КП = 10,45, то ООО «Прайд СПб» по результатам 2013 года заняло сектор матрицы, который соответствует рыночным лидерам. Предприятие характеризуется максимальной долей рынка сбыта и в максимальной степени проводимой политикой обороны.

7. Слайд

Второй способ, который был применен для оценки конкурентоспособности - метод расстановки приоритетов.

В качестве критериев выступают элементы комплекса маркетинга, включающие в себя продукт, цену, каналы сбыта, продвижение товаров на рынке.

Сравнение позиций конкурирующих компаний: ООО «Автомаг-Сервис», ООО «РусХолтс», ООО «АвтоЮнион», ООО «ТД СОЮЗ».

На слайде приведен пример экспертной системы выявления значимости критериев по фактору «цена». Аналогичная оценка была проведена и по другим факторам.

8. Слайд

определенные по итогам выявления значимости самые важные для ООО «Прайд СПб» факторы конкурентоспособности можно оценивать по степени их важности.

9. Слайд

Таблица на слайде показывает: высший балл, который получен по итогам анализа совокупности экспертных систем в соответствии с факторами конкурентоспособности получило ООО «Прайд СПб», а низший получен «ТД СОЮЗ». Такой результат мы вывели, корректируя балл по каждому из вариантов посредством коэффициента важности, который получен экспертным путем.

Полученный результат по ООО «Прайд СПб» предполагает возможность выхода на внешний рынок, вследствие того, что у исследуемого предприятия есть все шансы, как по устойчивому финансовому состоянию, так и по конкурентоспособности выпускаемой продукции занять определенный сегмент на международном рынке.

10. Слайд

Исследования конкуренции на отраслевом рынке показало, что к основным **Факторам конкуренции на рынке автохимии, автоаксессуаров и автоинструмента относятся:**

1. Ситуация в отрасли
 - Количество и мощность компаний-конкурентов на рынке
 - Изменение платежеспособного спроса
 - И др.
2. Влияние потенциальных конкурентов
- 3 Влияние поставщиков
4. Воздействие покупателей
5. Воздействие товаров-заменителей

По результатам произведенной оценки стало ясно, что рассматриваемая фирма является один из лидеров на отраслевом рынке, большинством ее показателей демонстрируется превосходство над конкурентами. Но, невзирая на такие высокие показатели, есть проблемы, которые требуется решать, — это поможет компании не терять лидирующих позиций в отрасли. В третьей главе предложены рекомендации по повышению конкурентоспособности фирмы ООО «Прайд СПб».

11. Слайд

Одним из направлений усиления конкурентоспособности ООО «ПРАЙД СПб» является внедрение Фиксированной цены на всю категорию продукции. Фиксированные цены — это цены на производимую по проекту продукцию и потребляемые ресурсы, которые имели бы место в случае, когда цены на все остальные товары и услуги сохранялись неизменными в течение всего периода реализации проекта на том уровне, который они имели на определенную дату.

На автоинструментальном рынке инструмент, который представляет компания «Прайд СПб», находится на лидирующей позиции. Данного показателя удалось достичь из-за введения фиксированного прайс-листа для всех клиентов.

Чтобы повысить конкурентоспособность фирмы на остальных рыночных сегментах требуется ввести фиксированные прайс-листы. Это будет способствовать укреплению лидерству компании на рынке и привлечет новых серьезных клиентов.

12. Слайд

Следующим шагом на пути повышения конкурентоспособности должно стать внедрение международных стандартов системы и сертификация системы менеджмента качества в ООО «Прайд СПб».

Один из наиболее значимых факторов роста конкурентоспособности — это рост качества производимых товаров. Улучшение качества производимых товаров расценивается в текущий момент решающим условием конкурентоспособности фирмы на внутреннем и внешнем рынках. Конкурентоспособностью товара в большей степени определяется престиж и благосостояние фирмы.

Чтобы компания успешно функционировала на конкурентном рынке, необходимо внедрить систему качества в соответствии со стандартами ИСО серии 9000.

В третьей главе подробно рассматривается процедура внедрения международных стандартов системы и сертификация системы менеджмента качества в ООО «Прайд СПб».

13. Слайд

В ходе подготовки работы были решены следующие задачи:

1. Изучены теоретические аспекты, помогающие оценить конкурентоспособность предприятий, анализировать литературные источники по рассматриваемому вопросу;
2. Проведен анализ организации и его конкурентной позиции на рынке;
3. Изучены возможные способы усиления конкурентоспособности предприятия.

Спасибо за внимание!