

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей дипломной работы - **«Пути повышения конкурентоспособности фирмы на примере ООО «Студия-К»».**

Актуальность темы обусловлена тем, что в современных условиях высокой конкуренции компаниям приходится вести не только ценовые войны, но и доказывать то, что их продукция представляет ценность для потребителя, а также постоянно совершенствовать всю свою деятельность.

Слайд 2

Целью выпускной квалификационной работы является анализ конкурентоспособности салона интерьерной продукции «Студия-К», разработка комплекса мероприятий по повышению конкурентоспособности салона «Студия-К» и обоснование их эффективности.

Слайд 3

Для достижения поставленной в начале работы цели, во второй главе работы производится Анализ конкурентоспособности фирмы ООО «Студия-К».

ООО «Студия-К» было создано в 2003 году. Первым арендуемым помещением с площадью 21 м² было в здании Морского вокзала, но в 2009 году решили арендовать помещение со складом уже с общей площадью

60, 37 м² в ОАО «Русал-ВАМИ» в Санкт-Петербурге.

Ассортимент предлагаемых товаров – около 1 500 наименований.

Заказчиками Общества являются как юридические, так и физические лица.

Основная услуг – Пошив эксклюзивных штор на заказ.

Слайд 4

Анализ показателей прибыли представлен в таблице на слайде номер 4.

Согласно таблице в 2014 г. чистая прибыль уменьшилась на 58 тыс. рублей по сравнению с 2013 г. Также прибыль уменьшилась на 5,3 %.

Рентабельность продаж за анализируемый период сократилась на 0,36 пункта. Снижение этого показателя может свидетельствовать, прежде всего, о падении конкурентоспособности ООО «Студия-К», так как позволяет предположить сокращение спроса на его продукцию.

Слайд 5

Для определения конкурентной позиции салона штор «Студия-К» был проведен сравнительный анализ конкурентов с помощью бальной системы по параметрам, основанным на ключевых факторах успеха и особо значимых для потребителей.

В качестве основных конкурентов салона штор были выбраны несколько салонов, оказывающих подобные услуги.

На слайде номер 5 показаны конкурентные позиции исследуемых салонов.

При анализе параметров, получивших низкие отметки, салону штор «Студия-К» следует учесть за счет каких факторов у салонов-конкурентов они выше.

Например, сервис «Студия-К» теряет балл, так как в салоне не ведется учет постоянных клиентов. Предлагаемый спектр услуг у «Студия-К» широк, но не полон, салоны «Eloff», «Империя», «М.Ф.К.- Интерни» осуществляют такие услуги как: продажа интерьерной продукции, химчистки штор. Уровень цен исследуемого салона оказывается выше в основном из-за отсутствия акций и специальных предложений.

Слайд 6

По результатам сравнительного анализа с конкурентами были сделаны следующие

выводы:

1. Салон штор «Студия-К» занимает невысокую позицию относительно конкурентов.
2. Самыми сильными конкурентами являются салон «Eloff» и салон «Империя».
3. Салон штор «Студия-К» имеет лидирующие позиции по параметрам: профессионализм мастеров, сервис и качество обслуживания, месторасположение, наличие продажи средств по уходу за тканями, график работы.
4. Достаточно высокую оценку салон «Студия-К» получил по параметрам: предлагаемый спектр услуг, уровень цен и используемые марки тканей.
5. По параметрам: вывеска, реклама, наличие специальных предложений и акций, имидж и интерьер, салон штор «Студия-К» значительно отстает от основных конкурентов.

Слайд 7

В ходе дальнейшего анализа были выявлены ключевые факторы успеха салона штор, а также проведен SWOT-анализ. Обозначены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы.

Данные полученные при заполнении сводных матриц позволили спланировать ряд будущих мероприятий по повышению конкурентоспособности салона штор «Студия-К»

Слайд 8

Из общего анализа предприятия можно сделать вывод, что часть ресурсов салона штор «Студия-К» задействована неэффективно, что существенно отражается на его конкурентоспособности и приводит к снижению рентабельности.

Во-первых, никак не используются два отдельных помещения в арендуемой площади.

Во-вторых, не осуществляется постоянный контроль над разными видами деятельности, салон не имеет никакой системы по учету.

Также практически не извлекаются выгоды от удачного месторасположения салона. Кроме того, при масштабном развитии и популярности интернет-технологий, на сайте «Студия-К» нельзя встретить информацию о стоимости услуг и аксессуаров.

Чтобы укрепить и улучшить свою конкурентную позицию, салону штор «Студия-К» следует грамотно применить не использованные ресурсы, усовершенствовать учет различных видов деятельности салона и провести рекламную кампанию, для повышения интереса к салону.

Слайд 9

На слайде номер 9 представлены Основные пути повышения конкурентоспособности, среди них:

1. Ввести в эксплуатацию неиспользуемые помещения.
2. Создать и внедрить компьютерную программу для учета всех операций.
3. Организовать и внедрить картотеку.
4. Расшить спектр услуг.
5. Доработка корпоративного сайта.
6. Оформить и установить новую вывеску.
7. Провести акции с понижением цен на некоторые услуги.
8. Осуществить косметический ремонт помещений в едином стиле.

Слайд 10

Каждое из обозначенных мероприятий будет способствовать повышению конкурентоспособности салона. Преимущества от реализации мероприятий обозначены на слайде номер 10.

Например, сдача неиспользуемого помещения в аренду позволит привлечь

дополнительные денежные средства в размере 35000 рублей в месяц. Эти деньги можно использовать для дальнейшего развития салона.

Кроме внедрения продаж предметов интерьера, также предлагается салону расширить спектр услуг, включив в перечень услугу – выезд дизайнера на дом, химчистку штор и продажа готовых комплектов.

В качестве носителя информации о снижении цен, предложено использовать информационно-рекламные листовки, которые будут массово раздаваться в местах скопления людей в пиковые часы. Был выбран именно такой способ из-за его дешевизны и эффективности, информационное сообщение будет попадать прямо в руки потенциального потребителя, яркий дизайн флаера поможет вызвать интерес.

Слайд 11

Проведение предложенных мероприятий по повышению конкурентоспособности салона штор «Студия-К» на мой взгляд, является целесообразным, если их результатом станет увеличение конкурентоспособности предприятия.

Для того чтобы оценить полученный результат необходимо рассчитать коэффициент конкурентоспособности предприятия до и после проведения разработанных мероприятий.

Признаки конкурентоспособности салона штор "Студия-К" представлены на слайде номер 12.

Для расчета параметрических индексов вследствие необходимости сопоставлении абсолютно различных признаков, используется метод парных сравнений.

Слайд 12

Окончательный расчет коэффициентов конкурентоспособности для салона штор "Студия-К" представлен на слайде номер 12.

В нашем случае конкурентоспособность салона штор «Студия-К» после проведения мероприятий повысилась, поэтому их проведение целесообразно, причем по всем показателям, больший рост произошел по нетоварным показателям, что обусловлено изначально более худшим состоянием до проведения мероприятий, а вследствие использования возможностей, осуществление значительного роста конкурентоспособности.

Был предложен и проведен ряд мероприятий по повышению конкурентоспособности салона штор и дизайна «Студия-К» на основе проведенного анализа во втором разделе.

Комплекс мероприятий, проведенный с 23 ноября по 10 марта, включил в себя: мероприятия по получению дополнительного источника финансирования, мероприятия по организации учета деятельности салона, расширение спектра услуг и маркетинговые мероприятия.

Было решено определить целесообразность проведения мероприятий через оценку конкурентоспособности путем получения эффекта от проведения мероприятий, оценки показателей до и после проведения мероприятий, вследствие чего предложена методика, позволяющая дать комплексную оценку изменения их конкурентоспособности.

Результат оценки конкурентоспособности доказал целесообразность проведения разработанных мероприятий, причем по всем показателям.

Слайд 13

Таким образом, Цель работы - анализ конкурентоспособности салона интерьерной продукции «Студия-К», разработка комплекса мероприятий по повышению конкурентоспособности салона «Студия-К» и обоснование их эффективности – **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.