



Рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Выполнила:

ФИО

Научный руководитель:

ФИО



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ООО «Нерехтский завод керамических материалов».

Задачи:

1. Изучить теоретические основы оценки конкурентоспособности организации, понятие и методы оценки конкурентоспособности, а так же факторы, влияющие на ее уровень;
2. оценить конкурентоспособность ООО «НЗКМ» с помощью различных методов;
3. Провести общую оценку конкурентоспособности продукции ООО «НЗКМ»;
4. Выявить основные проблемы конкурентоспособности и предложить пути ее повышения в ООО «НЗКМ».



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Анализ финансового состояния предприятия, внешней и внутренней среды, SWOT-анализ:

Изменение основных показателей деятельности ООО «НЗКМ», тыс. руб.

Наименование	2013 г.	2014 г.	Абсолютно е изменение	Темп роста
Выручка	82193	151878	69685	106,39
Себестоимость	80318	150199	69881	137,07
Прибыль от продаж	1875	1679	-196	129,66
Прибыль до налогообложения	824	302	-522	68,65
Чистая прибыль	617	215	-402	66,56



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Анализ финансового состояния предприятия, внешней и внутренней среды, SWOT-анализ:

Относительные показатели ликвидности и платежеспособности ООО «НЗКМ»

Наименование	2012	2013	2014
Коэффициент текущей ликвидности (1-2)	3,6	3,3	3,5
Коэффициент быстрой ликвидности (0,7-1,5)	2,56	2,5	2,45
Коэффициент абсолютной ликвидности ($>0,2$)	0,44	0,45	0,34
Общий показатель ликвидности баланса предприятия (>1)	1,17	1,16	1,25

Показатели финансовой устойчивости ООО «НЗКМ»

Наименование	2012	2013	2014
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	0,04	-0,04	0,13
Коэффициент финансовой независимости	0,64	0,68	0,66
Коэффициент маневренности собственного капитала	0,02	-0,02	0,08
Коэффициент долгосрочного привлечения заемного капитала	0,28	0,25	0,25
Коэффициент соотношения заемных и собственных средств	0,36	0,35	0,35



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

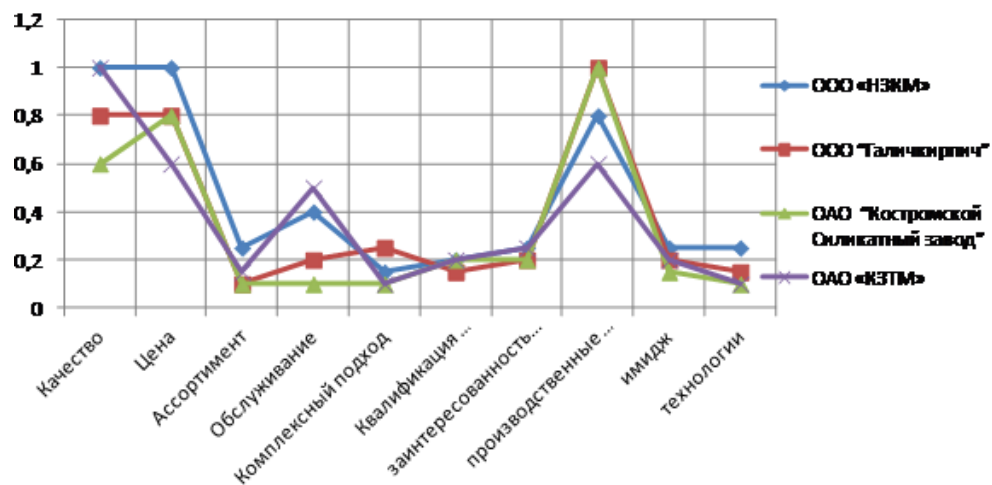
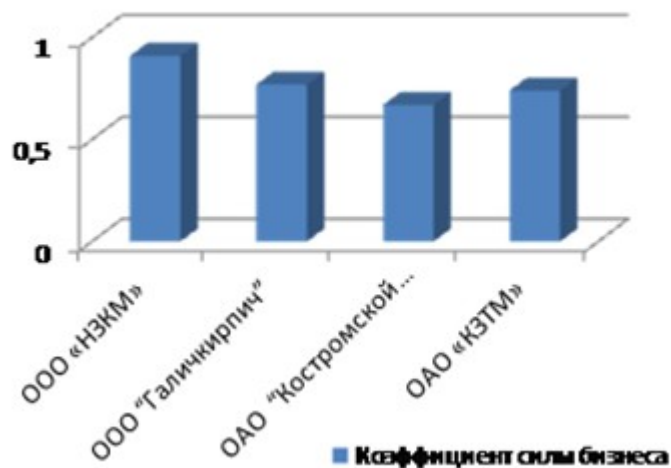
относ

Сильные стороны	Возможности фирмы
1. Договорная политика с покупателями и поставщиками; 3. активизация международных маркетинговых исследований; 4. наличие четко сформулированной миссии, целей и задач; 5. хорошо разработанная система информационного обеспечения; 6. наличие полного контроля за качеством услуг/продукции.	1. Прирост, в среднем, доходов населения – готовность платить за качество; 2. возможность опережения конкурентов, путем создания принципиально новых продуктов; 3. расширение информационного пространства для повышения собственной известности и поиска клиентов; 4. расширение базы поставщиков; 5. способность обслуживать дополнительные группы клиентов или выйти на новые рынки или новые сегменты рынка.
Слабые стороны	Внешние угрозы
1. острая необходимость численности персонала, нужда в профессионале; 2. высокие накладные расходы; 3. дорогостоящее и длительное обучение; 4. длительная нерегулярная поставка материалов, неналаженная система поставок; 5. нет четкого стратегического направления развития; 6. недостаток управленческого умения; 7. недостаточное широким ассортимент	1. выход на рынок отечественных поставщиков с более низкими издержками; 2. появление новых отечественных и зарубежных производителей; 3. несвоевременность поставок; 4. ориентация многих потребителей на цену, а не на качество; 5. выход на рынок конкурентов с более низкими издержками; 6. неблагоприятное изменение курсов валют.

Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Конкурентный анализ предприятия:

Коэффициент силы бизнеса



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Конкурентный анализ предприятия:

Матрица Бостонской Консультационной Группы (БКГ) ООО «НЗКМ»



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Оценка конкурентоспособности продукции:

Показатели конкурентоспособности продукции оцениваемого предприятия и его конкурентов

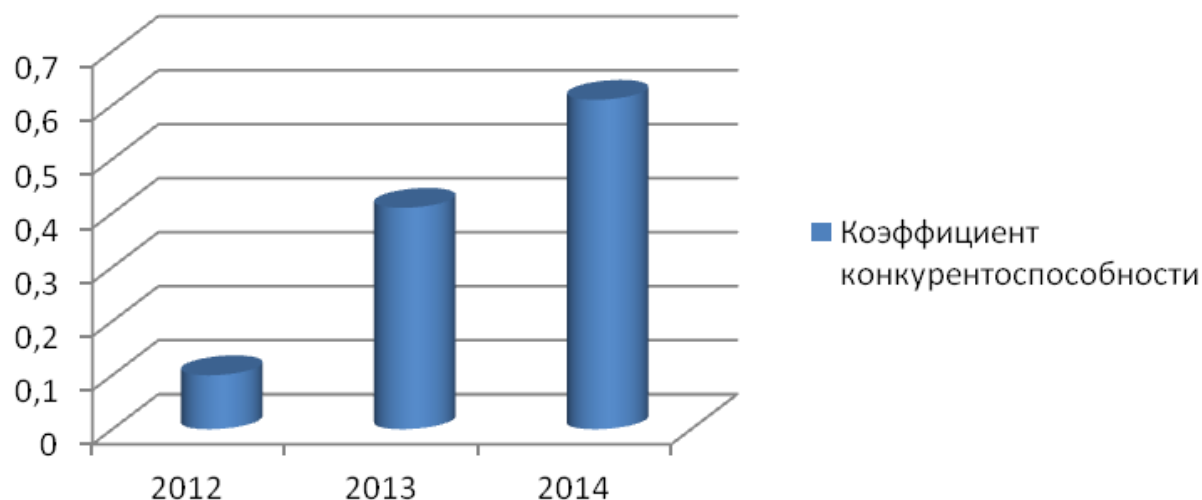
Показатели	ООО «НЗКМ»	ООО «Галичкирпи ч»	ОАО «Костромско й Силикатный завод»	ОАО «КЗТ М»
Групповой показатель конкурентоспособности по техническим параметрам $K(t)$	0,99	0,96	0,98	0,97
Групповой показатель конкурентоспособности по цене реализации продукции $K(s)$	1	1	0,99	1
Групповой показатель по нормативным параметрам $K(n)$	1	1	1	1
Интегральный показатель конкурентоспособности	0,99	0,96	0,98	0,97



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Оценка конкурентоспособности продукции:

Коэффициент конкурентоспособности



Оценка конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Оценка конкурентоспособности предприятия на основе концепции ценностной цепи Майкла Портера :





Мероприятия для повышения конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

План развития конкурентных преимуществ :

Совершенствование работы службы маркетинга путем разработки новой рекламной компании предприятия

Совершенствование системы управления персоналом –материальное и нематериальное стимулирование работников

Диверсификация деятельности, с помощью внедрения новой технологии производства и расширения ассортимента предлагаемой продукции



Мероприятия для повышения конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Разработка плана рекламной кампании в СМИ:

Цель проведения кампании- обеспечение сбыта новой продукции, выход на первое место среди аналогичных предприятий, а также обеспечение сбыта новой продукции, и информирование потенциальных клиентов о конкурентных преимуществах работы с ООО «НЗКМ».

Выбор медиа каналов:

1. Телевидение TV канал "ОНТ", "ЛАД", "НТВ"
2. Радиостанции - "107.4 FM", "Русское радио", "Радио Рок".

Затраты на рекламу (год) = 1 ,02 тыс.руб.

Экономическая эффективность (год) = 9,02 тыс.руб.

Мероприятия для повышения конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Оптимизация системы стимулирования и мотивации персонала :

Расчет переменной части материального вознаграждения персонала на ООО «НЗКМ»

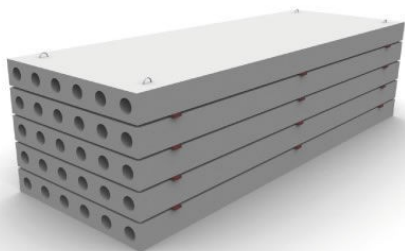
№	Ф.И.О.	Категория персонала	Плановое значение премии	KPI	Фактическая начисленная премия
1	Иванова А.С.	специалист	5000	0,9	4500
2	Ледянкина В.Н.	специалист	5000	0,8	3800
3	Андреева Ю.А.	специалист	5000	1,00	5000

Расчет месячной заработной платы персонала ООО «НЗКМ»

№	Ф.И.О.	Категория персонала	БУ	Фактически начисленная премия	ПзП	ПзИП	Итого
1	Иванова А.С.	специалист	16800	4500	0	0	21300
2	Ледянкина В.Н.	специалист	14000	3800	0	0	17800
3	Андреева Ю.А.	специалист	14840	5000	0	0	19840

Мероприятия для повышения конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Внедрение новой технологии производства:



Сборные плиты
перекрытия



Слипформер

Потенциальные
поставщики:



Прибыль при объеме производства 20000 тыс. м² = 26200 тыс. руб.
Срок окупаемости = 2 года



Мероприятия для повышения конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

Оценка экономической эффективности предлагаемых мероприятий:

Коэффициент рекламной деятельности: 6,2

Коэффициент изменения объема продаж: 2,06

Коэффициент уровня цен: 0,83

Итоговый показатель конкурентоспособности маркетинговой деятельности:
1,84

Показатель, характеризующий конкурентоспособность маркетинговой деятельности предприятия с точки зрения всех продуктов (услуг) предприятия:
 $K\Sigma=3,23$

Показатель конкурентоспособности предприятия: 0,74

Конкурентоспособность предприятия повысилась с 0,61 до 0,74



Рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «НЗКМ»

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!