



Уфимский государственный  
авиационный технический  
университет



**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА**

**Развитие конкурентных преимуществ  
ООО «Wasser»**

Выполнил: студент гр. М-401

Сисбагатуллина Д.И.

Руководитель: к.э.н., доцент

Старицын И.А.

Уфа-2015

# Введение



## **Актуальность**

- в условиях современной рыночной экономики России, четко проведенный анализ, позволяет выявить основные преимущества предприятия, опираясь на которые предприятия могут эффективно реализовать свой потенциал.

# ЦЕЛЬ

- развитие конкурентных преимуществ ООО «Wasser».

# Задачи

- рассмотреть теоретические основы;
- рассмотреть методы оценки;
- произвести анализ и оценку конкурентоспособности ООО «Wasser»;
- изучить организационно-экономическую
- характеристику организации;
- оценить конкурентные преимущества ООО «Wasser»;
- разработать пути развития конкурентных преимуществ;
- рассчитать эффективность мероприятий.



A dynamic splash of clear water against a white background, with various droplets and streams of water in motion, creating a sense of energy and freshness.

**Объект исследования** ООО «Wasser».

**Предмет исследования** методы анализа и способы формирования и развития конкурентных преимуществ предприятия.

# ООО«Wasser»

- ❖ Год создания – 2013
- ❖ Численность сотрудников – 24 человека
- ❖ 11 торговых точек
- ❖ В 2014 году выручка от реализации составила 36 824 тыс. руб., что на **248%** больше, чем в 2013г (10 576 тыс.руб.)
- ❖ Рыночная доля 38,7%



# Конкурентная среда

## ООО «Доктор фильтр»

- ❖ 18 лет на рынке
- ❖ 3 фирменных салона
- ❖ Рыночная доля 34,1%
- ❖ Розничная и оптовая продажа систем очистки воды (Гейзер, Аквафор, Атолл, Барьер, Экодар и др.)
- ❖ Подбор, гарантия, сервис

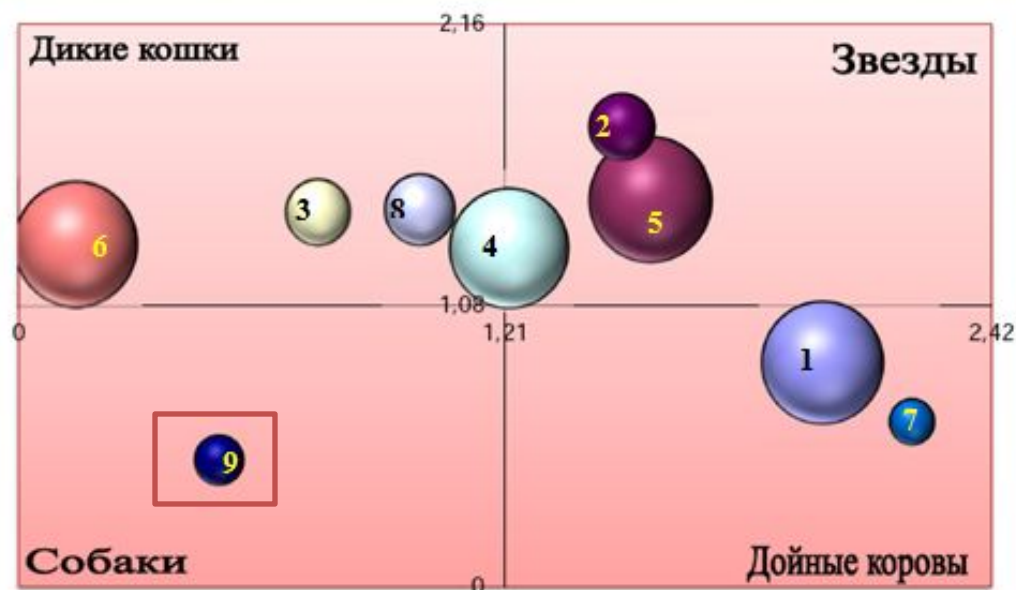
## ООО «Новая вода»

- ❖ 7 лет на рынке
- ❖ 6 торговых точек
- ❖ Рыночная доля 27,2%
- ❖ Розничная торговля фильтров для очистки воды (Новая вода и сменные модули популярных фильтров)
- ❖ Подбор гарантия сервис

## Технические параметры

Технические параметры	Коэфф-т весомости, %	Компании		
		Wasser	Доктор фильтр	Новая вода
Парковка (остановка)	0,25	3	3	2
Мерчендайзинг	0,08	3	3	2
Размер торгового зала	0,2	3	3	0
Расположение	0,24	3	3	3
Обслуживание клиентов	0,23	2	3	2
Итого:	1	14	15	9

**Вывод:** Исходя из жалоб на обслуживание Wasser получает 14 баллов из 15.



БКГ - анализ

1- инженерные установки,	6- диспенсеры,
2- обратный осмос,	7- фильтры-кувшины,
3- проточные фильтры,	8- насосы,
4- сменные модули,	9- магистральные фильтры
5- умягчители воды,	

Вывод: По данным анализа БКГ удалось выяснить, что самым не востребованным товаром являются **магистральные фильтры**. Это связано с тем, что «Wasser» ввел данную позицию с целью увеличения ассортиментной линейки.



# Магистральные фильтры

❖ Выполняют функции предварительной или комплексной очистки воды.



❖ Служат защитой сантехнического и водонагревательного оборудования от механических частиц и жесткости.

❖ Защита нагревательных элементов стиральных машин, котлов и др.

❖ Такой водоочистной элемент будет актуален в весеннее время продаж, на территории дачных поселков.

# Процесс развития конкурентных преимуществ «Wasser»

- Развитие конкурентных преимуществ
  - Улучшение качества обслуживания
    - Разработка правил регламентирующих взаимоотношения обслуживающего персонала и клиентов
- Провести обучение
- Мотивация
- Продвижение невостребованных ассортиментных групп
  - Провести анализ
    - Разработка мероприятий по продвижению

## Анализ затрат на предлагаемые мероприятия

Мероприятие	Стоимость, рублей в год
Грамота	240
Средства на путевку	20 000
Печать листовок	10 000
Реклама	40 000
<b>Итого</b>	<b>70 240</b>

**Создание фонда призов и подарков** по итогам месяца, года то, что будет ценно для **сотрудников**, наставление на большие цели, за достижение которых обязательно следует вознаграждение.

**Для магистральных фильтров** лучший вариант - **реклама** на территории дачных поселков и предложение при установке водоочистных систем в качестве дополнительной фильтрации с целью увеличения срока эксплуатации оборудования.

Анализ количества потребителей  
приобретающих проточные системы  
для дач и квартир

Анализируемый период	2013 г	2014 г
Количество потребителей, чел.	4741	6063

Средняя цена проточного фильтра 5 110рублей.

$5\ 110 * 6\ 063 = 30\ 981\ 930$  рублей

Таким образом, доход составляет 30 981 930 руб.  
без учета затрат.

## Анализ потребителей дополнительного фильтра

Анализируемый период	2013 г	2014 г
Количество потребителей, чел.	2147	2636

Средняя цена магистрального фильтра 3 388 рублей.

$2\,636 * 3\,388 = 8\,930\,768$  рублей

Доход от продаж 8 930 768 рублей за 2014 год без  
помощи маркетингового продвижения.

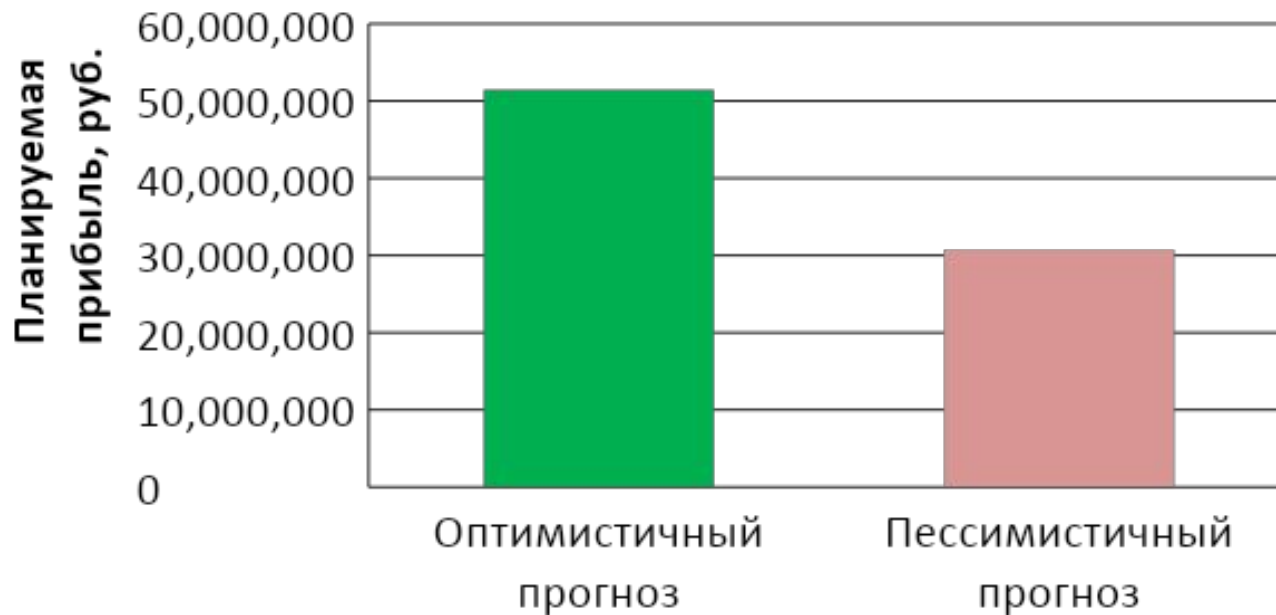
$6\ 063 * 3\ 388 = 20\ 541\ 444$  рубля

– доход от продаж при условии **100%** обратившихся потребителей проточной системы за дополнительным магистральным фильтром.

$3\ 031 * 3\ 388 = 10\ 269\ 028$  рублей

– при условии **50%** обратившихся потребителей за дополнительным магистральным фильтром.





**Оптимистичный прогноз:**

$51\,523\,374 - 70\,240 = 51\,453\,134$  рубля – прибыль с учетом затрат.

**Пессимистичный прогноз:**

$30\,810\,472 - 70\,240 = 30\,740\,232$  рубля – прибыль с учетом затрат.

**Вывод:** Полученная сумма прибыли указывает на оправданность вложения средств в данные мероприятия.

# Заключение

Разработанные рекомендации окажут положительное влияние на компанию «Wasser», что в следствии позволит привлечь большее число клиентов и увеличить долю рынка.

Данные рекомендации повысят уровень социально–корпоративной ответственности и направлены на максимальное удовлетворение клиентов.

Разработанные мероприятия полностью устраняют выявленные недостатки и повышают эффективность деятельности компании «Wasser».



**Спасибо за внимание!**

