



Уфимский государственный
авиационный технический
университет



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Развитие конкурентных преимуществ
ООО «Wasser»**

Выполнил: студент гр. М-401

Сибэгатуллина 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. The water is captured in a way that shows its fluidity and energy.

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

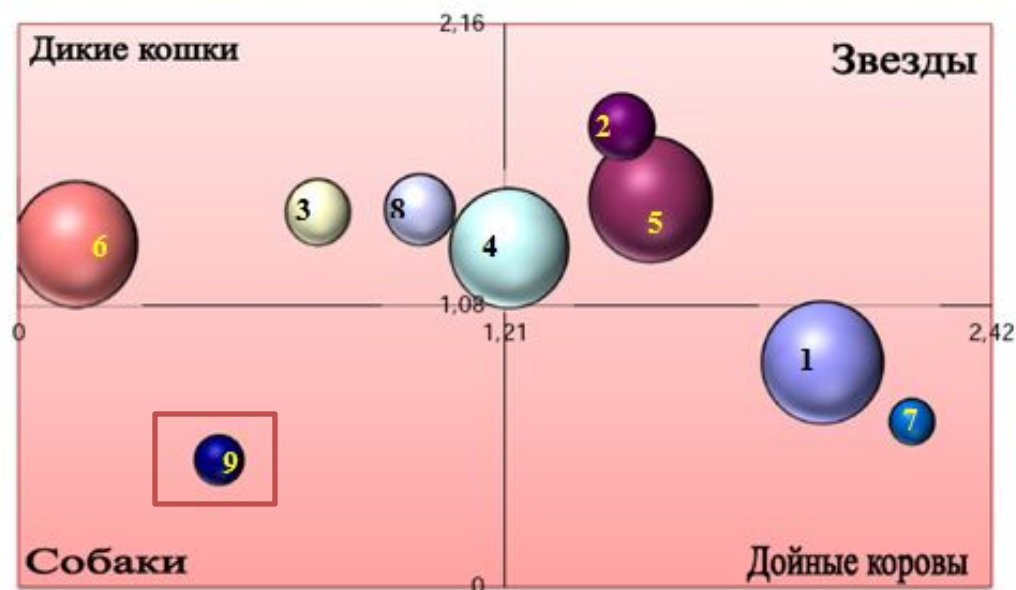
ООО «Новая вода»

- ❖ 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
Итого	70 240

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.

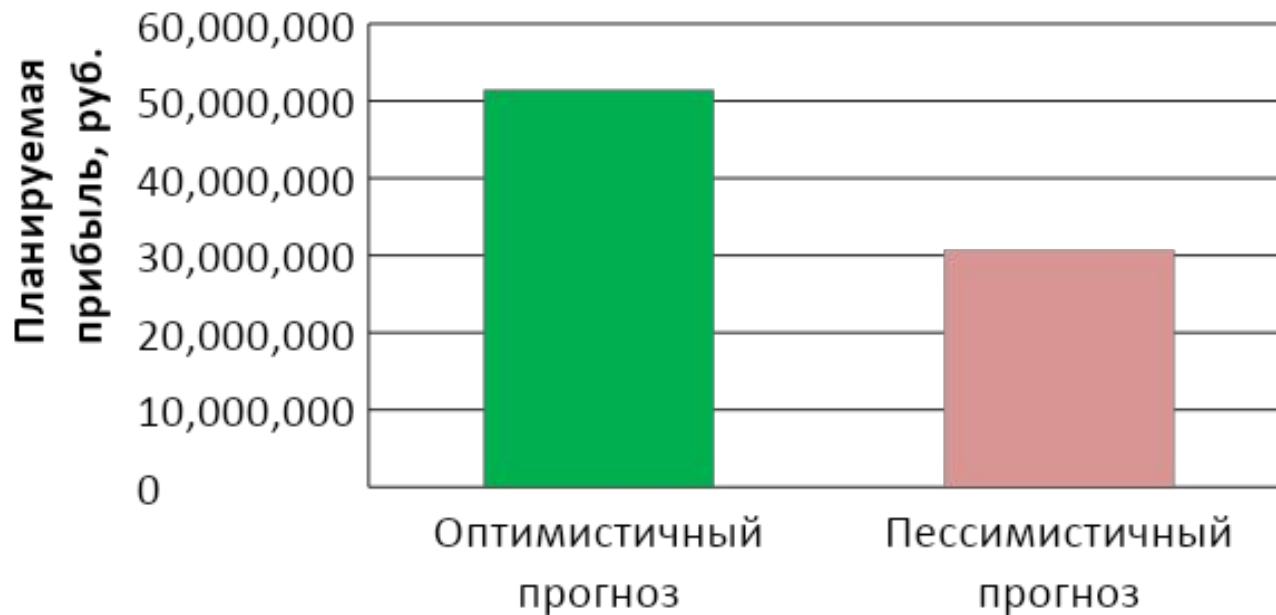
$6\ 063 * 3\ 388 = 20\ 541\ 444$ рубля

– 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:

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

Пессимистичный прогноз:

$30\,810\,472 - 70\,240 = 30\,740\,232$ рубль – 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!

