

ДИПЛОМНЫЙ ПРОЕКТ НА ТЕМУ:

**ПОВЫШЕНИЕ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПТЗО
«ПРИГОРОДНОЕ»**

Выполнила:

Аркадьева Надежда Семеновна

студентка гр.МО-09с

Тема данной дипломной работы является не только актуальной, но и имеет практическую значимость. Перспективы развития национальной экономики и повышения её конкурентоспособности связаны, в первую очередь, с повышением конкурентоспособности её хозяйствующих субъектов, то есть предприятий. Успех решения задач по выявлению и усилению конкурентных позиций, предприятия в большей мере зависят от исследования поведения потребителей и выбора ими тех или иных предпочтений.

Объектом исследования является ПТЗО «Пригородное».

Предмет исследования – конкурентоспособность данного предприятия на местном рынке.



Цель данной дипломной работы - определение и анализ основных факторов и методов оценки конкурентоспособности розничного торгового предприятия на рынке села Хатасс.

Задачи проекта:

- рассмотреть понятие и сущность конкурентоспособности;**
- рассмотреть конкурентные преимущества;**
- рассмотреть анализ конкурентоспособности предприятия;**
- дать оценку конкурентоспособности розничного торгового предприятия ПТЗО «Пригородное»;**
- разработать мероприятия по повышению конкурентоспособности данного предприятия.**



Потребительское торгово-закупочное общество «Пригородное»- добровольное объединение граждан и юридического лица – Союз потребительских обществ «Холбос» РС(Я), созданное по территориальному признаку на основе членства путем объединения его членами (пайщиками) имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов.

Потребительское торгово-закупочное общество «Пригородное»- юридическое лицо, являющееся некоммерческой организацией, имеющий самостоятельный баланс, расчетные и иные счета в бланках, печать и другие реквизиты.

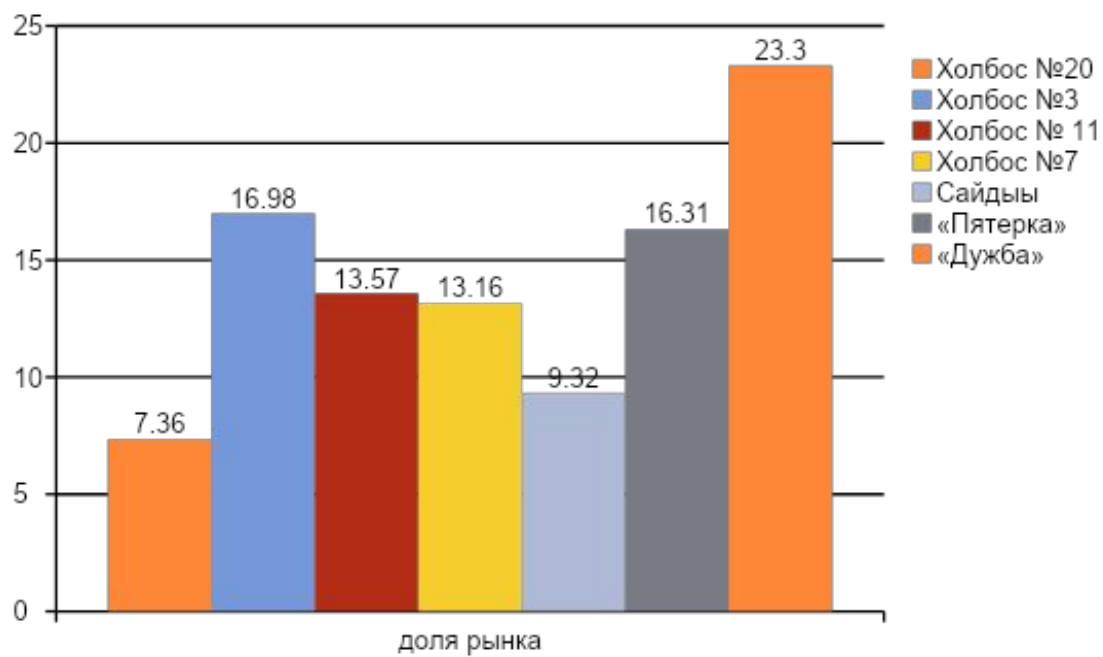


- ПТЗО «Пригородное» работает в условиях довольно жесткой конкуренции со стороны других розничных торговых предприятий, рынок достаточно насыщен: потребители могут выбрать различные места покупки.
- Сегмент рынка ПТЗО «Пригородное» в селе Хатасс будет ограничен по периметру ул. Аммосова - Каландаришвили – С. Алексеева.
- Для привлечения потребителей на исследуемом торговом предприятии регулярно проводятся промо-акции, розыгрыши среди пайщиков Общества. Еще одним критерием конкурентоспособности торгового предприятия является уровень цен, установленный на реализуемые предприятием товары. Рассмотрим цены магазинов Холбос на селе Хатасс на примере возьмем магазин Холбос №20 так как все магазины ПТЗО «Пригородное» имеют одну наценку на продукты, и основных конкурентов на товары ежедневного спроса – молоко, сметану, туалетную бумагу и хлеб



Доля рынка

	Холбос №20	Холбос №3	Холбос № 11	Холбос №7	конкуренты			ИТОГО
					Сайды	«Пятерка»	«Дужба»	
Средне годовая выручка, т.р.	5685,8	13122,9	10487,5	10167,3	7200	12600	18000	77263,5
Доля рынка, %	7,36	16,98	13,57	13,16	9,32	16,31	23,3	100




Если смотреть в общем на магазины ПТЗО «Пригородное» в селе Хатасс можно выделить и объединить недостатки в 4 группы:

1) атмосфера предложения. Старое здание, неудобный торговый зал, устаревшее оформление в сумме с плохой освещенностью зала и его вентилируемостью отпугивают потенциальных потребителей, так как в последние годы с повышением уровня качества жизни потребитель предъявляет все более высокие требования при выборе места покупки и решающим становится не столько цена товара, сколько атмосфера его предложения, которая складывается на основе общего впечатления покупателей от магазина;

2) самые высокие цены на товары. Причем они не подкреплены соответствующим уровнем обслуживания. Конкуренты предлагают тот же товар, но по ценам ниже и при более высоком уровне обслуживания и атмосфере предложения. Поэтому основная масса покупателей заходит в магазин за небольшой срочной покупкой, когда нет желания идти в магазин, расположенный дальше, ради незначительной покупки. Это подтверждает и средний чек покупки - всего 350 р;

3) низкий уровень и качество обслуживания. Магазин никак не демонстрирует свою заинтересованность в конечном покупателе. А так как современный покупатель отдает предпочтение вежливому, компетентному и быстрому обслуживанию, данный фактор значительно повлиял на сокращение количества покупателей магазина;

4) отсутствие логики и концепции руководства. Хотя этот фактор наименее заметен для потребителей, он является самым значительным. Именно руководство определяет всю деятельность торгового предприятия. Руководство не менялось около 10 лет, на предприятии сохранились устаревшие неэффективные способы и приемы управления текущей деятельностью без ее анализа и планирования на будущий период. А в современных условиях рынка именно этот фактор дает наиболее устойчивые конкурентные преимущества, так как наиболее сложен для воспроизведения конкурентами. И руководство должно основываться не столько на прошлом опыте работы предприятия, сколько прогнозировать его в будущем.



Требования	Пути обеспечения
Жесткий контроль за уровнем издержек	Внедрение АСУ в управление товарными запасами; Снижение закупочных цен (скидки поставщиков и увеличение доли производителей среди поставщиков) путем реформирования договорных отношений с поставщиками Сокращение численности за счет избавления от «лишнего» персонала и экономия ФОТ
Четкая организационная структура и ответственность	Разработка новой организационной структуры Разработка должностных инструкций Обучение персонала
Частные и детальные контрольные отчеты	Разработка и внедрение системы анализа, планирования и контроля деятельности предприятия, а на ее основе разработать систему нормативов и контроля
Стимулирование на основе четких количественных показателей	Установление системы нормирования труда и нормативов производительности для каждой из групп работников Разработка системы стимулирования и мотивации персонала



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ

