



# DEGGA<sup>®</sup> OPTICAL

СОВЕТ ДИНМУХАМЕД  
ХОДЖАМИЯРОВ ДИЛЬШАТ  
ХАН АНАСТАСИЯ  
MT1203



- ▶ **«Dega Optical»** — первый оптический торговый бренд, основанный в 1995 году, для предоставления услуг в области очковой оптики и контактной коррекции зрения. На сегодняшний день, завода признана, как лидер оптического рынка Казахстана.

# PEST и SWOT Анализы

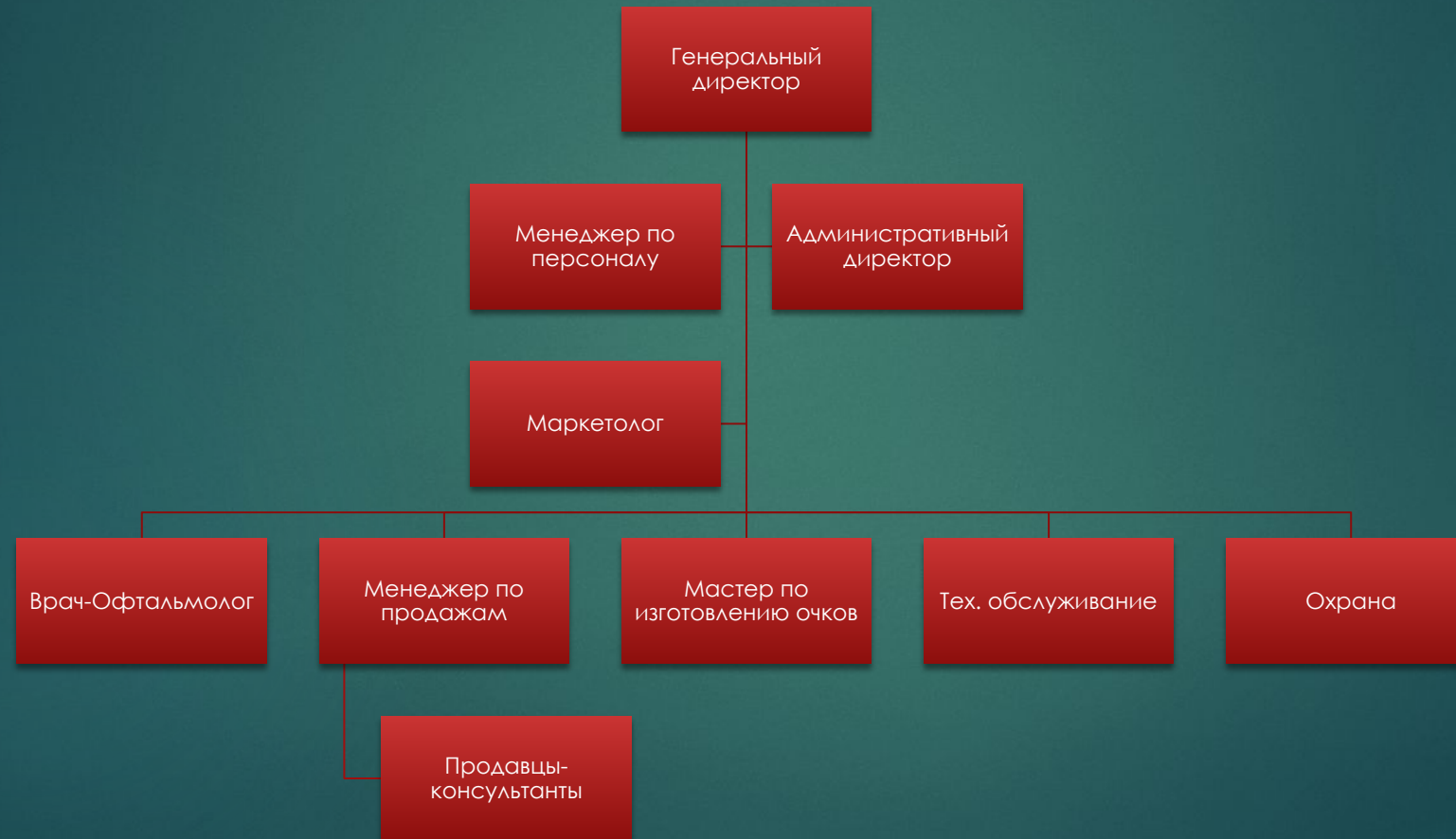
## SMART:

<b>S</b>	<b>Specific (Конкретный)</b>	<b>Увеличение продаж. Открытие новых салонов.</b>
<b>M</b>	Measurable (Измеримый)	Увеличение продаж на 15% относительно текущего оборота
<b>A</b>	Attainable, Achievable (Достижимый)	Увеличение продаж на 15% к 2017 году. Открытие новых салонов оптики в Кызылорде и Усть-Каменогорске во 2 квартале 2016 года.
<b>R</b>	Relevant (Актуальный)	Открытие новых салонов – достижимая задача, которая позволит охватить больший сегмент потребителей. Увеличит прибыль и популяризацию бренда.
<b>T</b>	Time-bound (Ограниченный времени)	Открытие салонов ко 2 кварталу 2016 года. Увеличение продаж к 2017 году.

## PEST-анализ

Политические	Экономические
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прямого влияния нет.</li> <li>2. Таможня</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Налоги</li> <li>2. Поддержка среднего бизнеса</li> <li>3. Ориентация на иностранную валюту</li> </ol>
Социальные	Технологические
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Спрос</li> <li>2. Мода</li> <li>3. Тенденция</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Качество изготовления линз и оправ</li> <li>2. Новый дизайн</li> </ol>

# Организационная структура



# SWOT

<p><b>STRENGTH – сильные стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Высокое качество товара</li><li>2. Возможность заказа конкретной детали к очкам</li><li>3. Выполнение заказов в срок</li><li>4. Проведение эксклюзивных выставок</li><li>5. Изготовление продукции в соответствии со специфическими пожеланиями заказчика</li><li>6. Высокая квалификация персонала</li><li>7. Высокий уровень гарантийного обслуживания</li><li>8. Высокая информационная поддержка потребителей</li><li>9. Создана сеть представительств</li><li>10. Индивидуальный подход к каждому клиенту</li></ol>	<p><b>OPPORTUNITIES - возможности</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ухудшение позиций некоторых конкурентов из-за неудовлетворительного менеджмента и качества продукции</li><li>2. Появление новых рынков сбыта</li><li>3. Расширение ассортимента</li><li>4. Осваивание новых технологий</li><li>5. Увеличение спроса на товар в связи с нарастающей популярностью очков</li></ol>
<p><b>WEAKNESS – слабые стороны</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Не развита система кредитования</li><li>2. Низкая скорость исполнения заказа</li><li>3. Слабая техническая оснащенность</li><li>4. Ухудшение уровня жизни населения</li></ol>	<p><b>THREATS – угрозы</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Изменение покупательских предпочтений</li><li>2. Изменение политической ситуации</li><li>3. Риск при оценке платежеспособности потребителя</li><li>4. Выход на рынок нового конкурента</li><li>5. Усиление конкуренции</li><li>6. Увеличение платы за доставку товара из-за границы</li><li>7. Изменение обменного курса валюты</li></ol>

Внешние стратегические факторы	Вес	Оценка	Взвешенная оценка
<b>Возможности</b>			
Ухудшение позиций некоторых конкурентов из-за неудовлетворительного менеджмента и качества продукции	0.1	5	0.5
Появление новых рынков сбыта	0.09	4	0.36
Расширение ассортимента	0.08	4	0.32
Осваивание новых технологий	0.05	3	0.15
Увеличение спроса на товар в связи с нарастающей популярностью очков	0.08	4	0.32
<b>Угрозы</b>			
Изменение покупательских предпочтений	0.08	4	0.32
Изменение политической ситуации	0.1	5	0.5
Риск при оценке платежеспособности потребителя	0.07	3	0.21
Выход на рынок нового конкурента	0.06	3	0.18
Усиление конкуренции	0.09	4	0.36
Увеличение платы за доставку товара из-за границы	0.1	5	0.5
Изменение обменного курса валюты	0.1	5	0.5
<b>Итого</b>	<b>1</b>		<b>4.22</b>

Критерии конкурентоспособности	Вес фактора	Оценка выраженности фактора от 1 до 10	Итоговая оценка Сегмента
	100%	Сегмент	7,1
качество товара компании на высоком уровне	30%	10	3
товар компании удовлетворяет потребности целевой аудитории от использования товаром	15%	9	1,35
компания обладает достаточными ресурсами для функционирования на новом рынке	10%	5	0,5
компания не является гибкой и процесс адаптации к рыночным изменениям проходит медленно	10%	2	0,2
уровень конкуренции в сегменте средний (активность конкурентов высокая, уровень насыщенности рынка среднее)	15%	3	0,45
Быстрая реакция со стороны конкурентов на деятельность компании	20%	8	1,6

Критерии привлекательность сегмента	Вес фактора	Оценка выраженности фактора от 1 до 10	Итоговая оценка Сегмента
	100%	Сегмент	6,4
Объем продаж компании высокий	20%	7	1,4
Темпы роста сегмента высокие или превышает темпы роста рынка	10%	5	0,5
Инвестиции в рекламу в сегменте отсутствуют или находятся на низком уровне	30%	8	2,4
Существуют возможности для расширения ассортимента в сегменте	25%	6	1,5
На рынке существуют неудовлетворённые и скрытые потребности	15%	4	0,6

Привлекательность сегмента	Высокая (8-10 баллов)	средние	Высокая	высокая
	Средняя (4-7 баллов)	низкая	средние	высокая
	Низкая (0-3 балла)	низкая	низкая	средние
		Низкая (0-3 балла)	Средняя (4-7 баллов)	Высокая (8-10 баллов)

Конкурентоспособность товара

# Факторы успеха модели Маккинси «7s»

