

Презентация ВКР на тему:

Конкурентоспособность автосалона «Аврора-Авто» в условиях современной России

Выполнил:

Научный руководитель:

Цель ВКР – определить пути повышения конкурентоспособности фирмы на рынке на примере ООО «Аврора-Авто».

Задачи:

- 1) Раскрыть понятие и сущность конкурентоспособности фирмы;
- 2) Установить факторы влияния на конкурентоспособность фирмы;
- 3) Выявить методы оценки конкурентоспособности фирмы;
- 5) Проанализировать конкурентоспособность ООО «Аврора-Авто»;
- 6) Выявить возможные пути повышения конкурентоспособности ООО «Аврора-Авто»;
- 7) Разработать организационно-экономические мероприятия, обеспечивающие конкурентоспособность предприятия, дать оценку их экономической эффективности.

Объект исследования – конкурентоспособность ООО «Аврора-Авто».

Предмет исследования – ООО «Аврора-Авто».

ООО «АВРОРА-АВТО»

Компания «Автора-Авто» начала свою историю с 1 ноября 1998 года, как дилер автомобильной корпорации Chrysler. Компания была создана группой менеджеров, имевших многолетний опыт работы в автомобильных компаниях Москвы.

Миссия организации ООО «Аврора-Авто»: предоставить профессиональные услуги по ремонту и обслуживанию автомобилей на автомобильном рынке Ленинградской области, которые могут удовлетворить покупательские запросы имеющих и потенциальных потребителей.

Результаты SWOT-анализа ООО «Аврора-Авто»

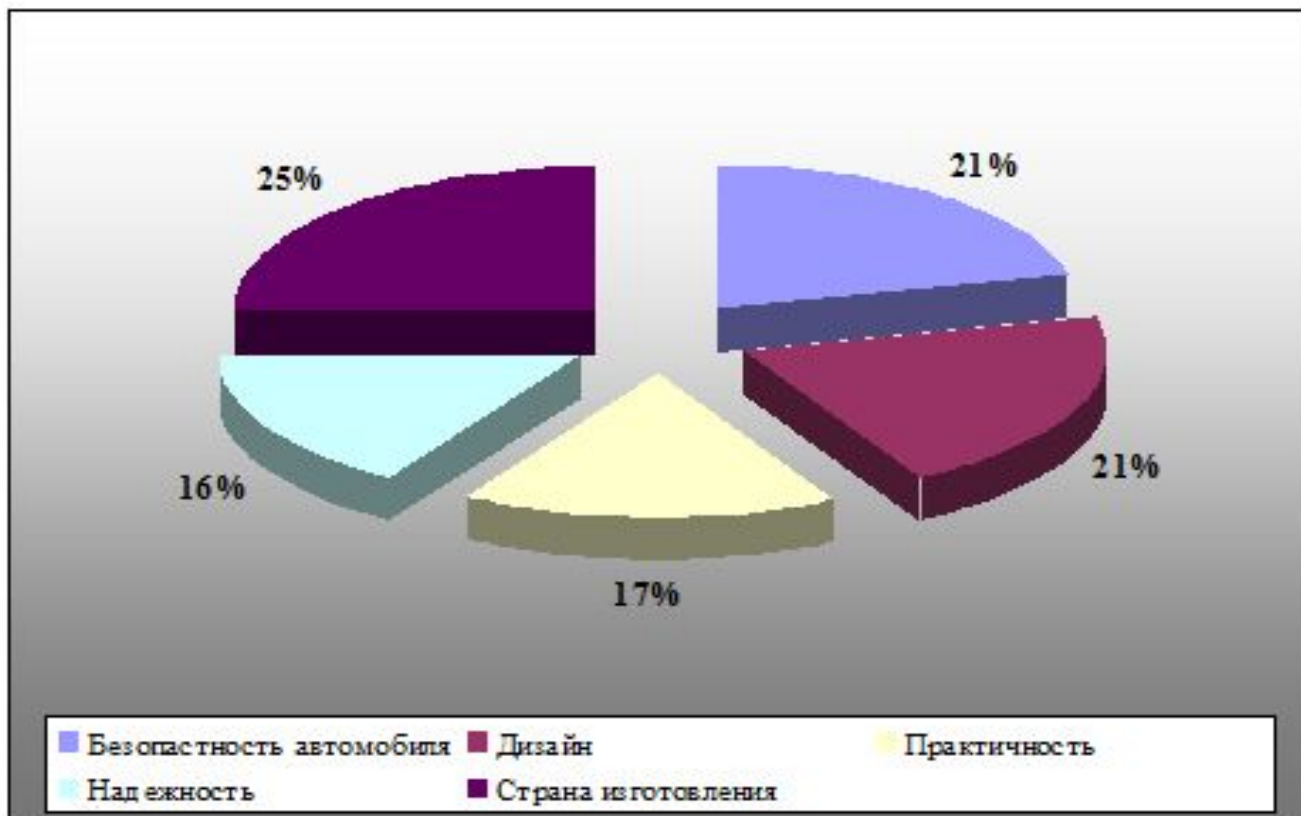
	<p>ВОЗМОЖНОСТИ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Прирост деловой активности, рост клиентов, он ведёт к росту спроса на рынке. 2. Включение предприятия в глобальную сеть резервирования автомобилей и автомобильной техники 	<p>УГРОЗЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сворачивание деловой активности по причине глобальных перемен внешней среды. 2. Вход на рынок агрессивного игрока(ов)
	ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
<p>СИЛЬНЫЕ СТОРОНЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Весьма заманчивое расположение компании 2. Стабильные связи с поставщиками и покупателями. 3. Присутствие необходимых финансовых ресурсов. 4. Широкая известность. 5. Присутствие значительного опыта у высшего менеджмента компании. 6. Вероятность предоставления комплексного обслуживания. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Вероятность расширения сегмента рынка 2. Расширение ассортимента продукции 3. Расширение ассортимента услуг 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ведение переговоров с представителями глобальных сетей о различных формах сотрудничества 2. Лоббирование в мэрии и прессе для роста входных барьеров.
<p>СЛАБЫЕ СТОРОНЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Неповоротливая организация управления, не оперативность управления, неумение работать с постоянными клиентами. 2. Текучесть кадров, нехватка квалифицированных специалистов. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Увеличение ставок аренды. 2. Присутствие средств на перемену репутации. 3. Вероятность проведения внутренних реформ управления 	<p>Усиление конкуренции со стороны наиболее оперативно приспособляющихся к переменам потребительских предпочтений конкурентов</p>

Матрица групп предприятий, конкурирующих на рынке

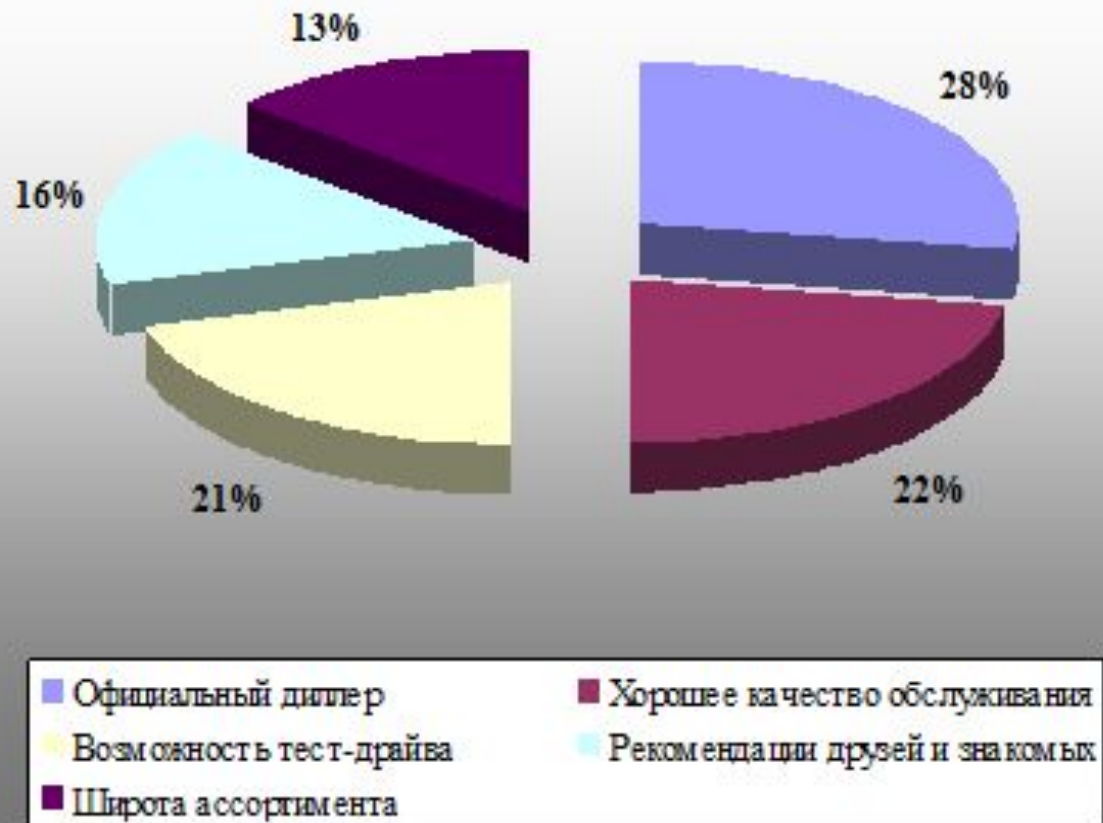
Претенденты		Лидеры + 9,1- +10,0 ООО «ТТС»
+ 3,1- + 7,0 ООО «Аврора-Авто»	+ 7,1 -+9,0 ООО «Акос»	
Занявшие рыночную нишу -2,9-(- 0,99) ООО «Бош-сервис-левченко»	Последователи	
	1 ООО «Дельфо-авто»	+1,1 - +3,0 ООО «Барс-авто»
Банкроты		Занявшие рыночную нишу - 6,9 - (-3,0) ООО «Сапсан»
-10-(-9,1) ООО «Автостиль премиум»	- 9,0 - (-7,0) ООО «АльянсАвто»	



Характеристики при выборе автомобиля



Предпочтения для места покупки



Система скидок для постоянных клиентов ООО «Аврора-Авто»

Скидка	Характеристика
3%	При 1й покупке автомобиля
4%	При 2й покупке
5%	При 3й покупке

Поддерживающие рекламные мероприятия на 2017 г.

Способы рекламы	Комментарии	Сумма, руб.
Наружная	По Варшавскому шоссе, Краснобогатырская улица, ул. Крылатская	25400
Изготовление и установка «растяжек»	размер - 3х6, 3 шт. х 3800 руб.	11400
Реклама на «Авторадио»	Не менее 5 упоминаний в день	20000
Реклама в прессе «Навигатор»	Объявление 7х10, 12 выпусков	25000
СТС	Программа «Ценник», 7 дней, 20 выпусков	45000
ИТОГО:		126800

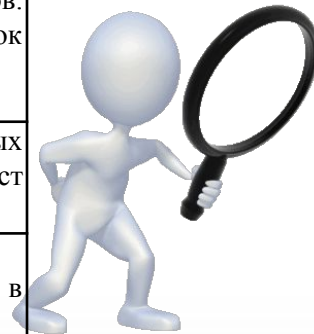


План-сетка размещения рекламы на 2017 г.

Средство рекламы	Стоимость	Количество выходов/шт.	Сумма, руб.
Наружная реклама	3800	6	2280
Авторадио	20000	4	80000
Навигатор	1000	4	4000
СТС	10000	2	20000
МузТв	10000	4	40000
ИТОГО			171000

Затраты и экономический эффект

Мероприятия	Затраты	Экономический эффект
Создание маркетингового отдела	Выделение отдельного кабинета, обеспечение компьютером, заработная плата 196 тыс. руб.	Создание отдела маркетинга позволит фирме получить дополнительную выручку в размере 3 %
Изучение потребностей клиента посредством проведения маркетинговых исследований	-	Оценить трудно. Но четкое представление потребностей клиентов позволит вести эффективную конкурентную борьбу
Предоставление скидок	Изготовление визиток в виде купонов на скидку и дисконтной карты. Необходимо изготовить 3 набора по 100 шт. = $3 \times 140 = 420$ руб	Предоставление 10 % скидки – повышение приверженности клиентов и обеспечение возвращение по крайней мере 40 % клиентов. Предоставление 20 % скидки – обеспечит высокую степень приверженности и 90 % возвращаемость клиентов. Разработка системы скидок обеспечит рост выручки на 5 %
Реклама	171 тыс. руб	Проведение рекламных мероприятий обеспечить рост выручки на 4 %
Изменение режима работы	Оплата труда работников: 3 тыс. руб. в месяц, 36 тыс. руб. в год	Получение дополнительной выручки в размере 4 %
Обновление вывесок	78 тыс. руб	Привлечение дополнительных клиентов, обеспечивающих рост выручки на 2 %
ИТОГО	481,4 тыс.	18 % к выручке



Спасибо за внимание!

