

**«МЕСТО И РОЛЬ РАЗРАБОТКИ  
КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ В  
УПРАВЛЕНИИ СОБСТВЕННЫМ  
БИЗНЕСОМ»**

**(НА МАТЕРИАЛАХ  
ООО «СИМАЛЕНД»)**

# АКТУАЛЬНОСТЬ

- ▶ Организация ресторанного бизнеса в процессе своей деятельности в той или иной степени подвержен давлению со стороны конкурентов. Таким образом, необходимо реально «выжить» в условиях конкурентного направления. Для этого, на регулярной основе, необходимо проведение аналитических процедур в рамках повышения уровня конкурентоспособности.

# ЦЕЛЬ И ЗАДАЧА ИССЛЕДОВАНИЯ

**Цель исследования** – исследование места и роли разработки конкурентной стратегии в управлении собственным бизнесом (на примере ООО «Сима-Ленд»).

## **Задачи:**

- ▶ исследовать понятие, сущность, цель, место и роль конкурентной стратегии в управлении бизнесом;
- ▶ – представить виды, составляющие, этапы и методы разработки конкурентной стратегии;
- ▶ – исследовать международный опыт в области разработки конкурентной стратегии бизнеса;
- ▶ – охарактеризовать деятельность ООО «Сима-Ленд»;
- ▶ – провести анализ конкурентной стратегии компании и оценка ее влияния на результаты деятельности ООО «Сима-Ленд»;
- ▶ – провести анализ причин и факторов, ограничивающих конкурентная стратегия ООО «Сима-Ленд»;
- ▶ – обосновать направления развития и разработать конкурентную стратегию ООО «Сима-Ленд»
- ▶ – разработать мероприятия по реализации конкурентной стратегии в управлении ООО «Сима-Ленд»;
- ▶ – провести оценку экономической эффективности предложенных мероприятий.

# ПОНЯТИЕ И СОДЕРЖАНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

При анализе подходов авторов к определению «конкурентоспособности» было установлено интегрированное понятие: «конкурентоспособность организации» – это формирование преимуществ, которые направлены на поддержание реальных условий финансовой устойчивости при наличии уровня товарного и производственного предложения».

## Экономические показатели основной деятельности ООО «Сима-Ленд» за 2018-2020 гг.

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	Изменение (2020 к 2018)	
				абсолют-ное, +/-	в п. п.
1 Объем услуг, тыс. руб.	13 825	45 999	456 102	+ 442 277	В 32,99 раза
2 Численность работников, чел	4	4	4	-	-
3 Среднегодовая выработка на 1 работника, тыс. руб.	3 456,25	11 499,75	113 025,50	+ 109 569,25	В 32,70 раза
4 Стоимость основных средств, тыс. руб.	-	-	-	-	-
5 Фондоотдача, руб./руб.	-	-	-	-	-
6 Фонд заработной платы, тыс. руб.	544	549	551	+ 7	+ 1,29
7 Заработная плата, тыс. руб.	37 793	38 650	45 310	+ 7 517	+ 19,89
8 Выручка, тыс. руб.	14 632	46 897	456 540	+ 441 908	В 31,20 раза
9 Себестоимость, тыс. руб.	13 545	42 896	428 126	+ 414 581	В 31,61 раза
10 Прибыль, тыс. руб.	454	1 575	5 607	+ 5 153	В 11,35 раза
11 Рента-бельность, %	3,10	3,36	1,23	- 1,87	-
12 Прибыль до налогообложения, тыс. руб.	447	1 552	5 280	+ 4 833	В 11,81 раза
13 Чистая прибыль, тыс. руб.	358	1 242	4 222	+ 3 864	В 11,79 раза
14 Коэффициент текущей ликвидности	1,04	1,06	1,05	+ 0,01	-

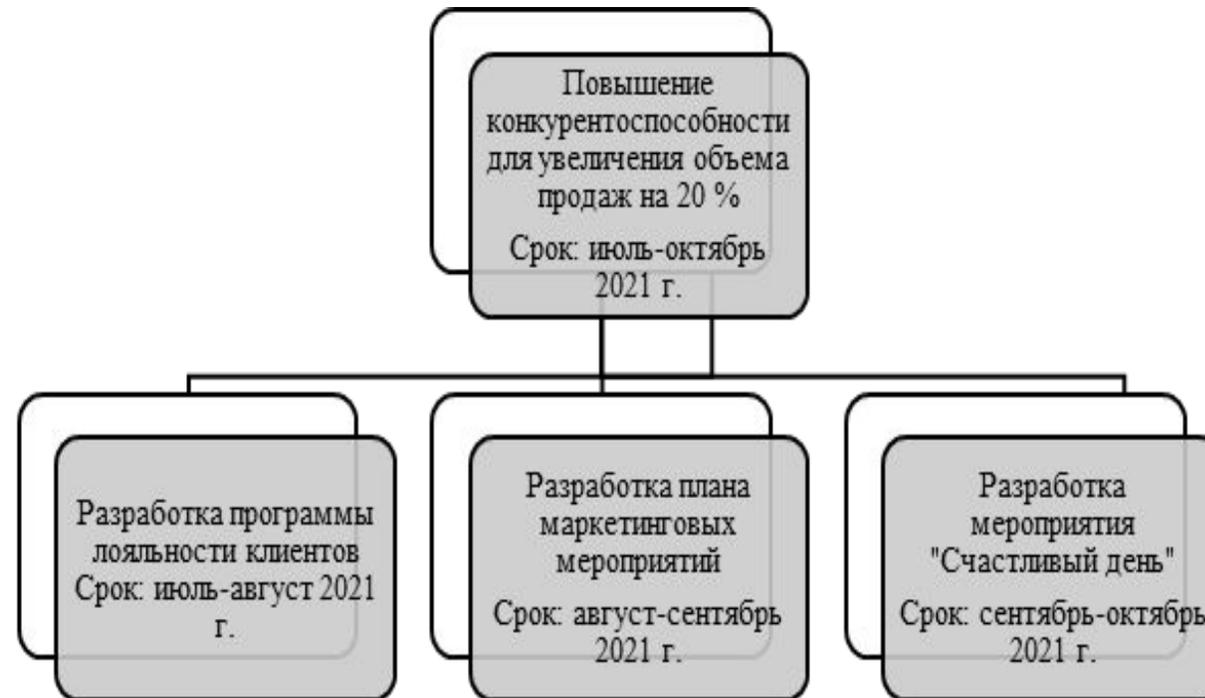
# АНАЛИЗ СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОН ООО «СИМАЛЕНД» ПРИ ПОМОЩИ SWOT-анализа

<b>Внешняя среда</b>		<b>Возможности:</b> 1 Возможность расширения спектра услуг 2 Интерес клиентам к новым работам и услугам	<b>Угрозы:</b> 1 Удорожание 2 Появление услуг более интересных клиентам проектов, но более дорогостоящих 3 Усиление конкурентного давления
<b>Внутренняя среда</b>			
Сильные стороны: 1 Высокий уровень квалификации персонала 2 Привлекательность цен 3 Широта спектра работ и услуг 4 Расположение СООО «Асоба»	Оценка в баллах: 1,8 2,25 2,25 1,35	Сила и возможности: 1 Улучшение сервиса 2 Увеличение продаж	Сила и угрозы: 1 Текучесть квалифицированного персонала 2 Снижение прибыли
<b>Внешняя среда</b>		<b>Возможности</b>	<b>Угрозы</b>
<b>Внутренняя среда</b>			
Слабые стороны: 1 Имидж (образ) СООО «Асоба»	Оценка в баллах: 0,75	Слабости и возможности: 1 Отсутствие имиджевой рекламной кампании	Слабости и угрозы: 1 Слабая узнаваемость бренда СООО «Асоба»

## АНАЛИЗ СТРАТЕГИЧЕСКИХ КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ

Внешние факторы среды Описание события/фактора	Вес $A_i$ , в баллах	Оценка экспертов, в баллах						$A_{i\text{cp}}$ ср, в бал-лах
		q1	$A_i \cdot q1$	q2	$A_i \cdot q2$	q3	$A_i \cdot q3$	
1 Трудности в отношениях производителей мебельной продукции с естественными монополистами: согласование документации и получение тех. условий	0,40	9	3,60	10	4,40	9	3,60	3,80
2 Дефицит мощностей для подключения объектов производства к сетям инженерно- технического обеспечения и сетевой инфраструктуры	0,20	9	1,80	7	1,40	8	1,60	1,60
3 Слабая индустриально-техническая база	0,20	6	1,20	7	1,40	6	1,20	1,30
4 Нормативное регулирование производственных процессов	0,10	5	0,50	4	0,40	2	0,20	0,30
5 Ориентация на рыночное регулирование экономики	0,10	4	0,40	3	0,30	4	0,40	0,30
<b>Итого:</b>	<b>1,00</b>	<b>33</b>	<b>7,50</b>	<b>31</b>	<b>7,90</b>	<b>29</b>	<b>6,00</b>	<b>7,30</b>
<b>Социально-культурные факторы</b>								
1 Возможная угроза высоких темпов инфляции	0,10	6	0,60	5	0,50	7	0,70	0,60
2 Продолжение мирового финансового кризиса	0,10	8	0,80	8	0,80	9	0,90	0,80
3 Рост реального безработицы в РФ	0,20	6	1,20	7	1,40	6	1,20	1,20
4 Снижение платежеспособности покупателей	0,40	10	4	9	3,60	10	4	3,80
5 Установление высоких налоговых ставок	0,20	8	1,60	9	1,80	9	1,80	1,70
<b>Итого:</b>	<b>1,00</b>	<b>38</b>	<b>8,20</b>	<b>38</b>	<b>8,10</b>	<b>41</b>	<b>8,60</b>	<b>8,10</b>
1 Снижение реальных денежных доходов населения	0,20	6	1,20	6	1,20	6	1,20	1,20
2 Острый дефицит квалифицированных кадров в сфере производства мебельной продукции	0,10	7	0,70	8	0,80	8	0,80	0,80
3 Снижение популярности профессии монтажника среди молодежи	0,30	8	2,40	9	2,70	9	2,70	2,60
4 Рост рождаемости населения	0,20	8	1,60	8	1,60	6	1,20	1,40
5 Снижение уровня образования в сфере производства	0,20	10	2	9	1,80	9	1,80	1,20
<b>Итого:</b>	<b>1,00</b>	<b>39</b>	<b>7,90</b>	<b>40</b>	<b>8,10</b>	<b>38</b>	<b>7,70</b>	<b>7,20</b>

# ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «СИМАЛЕНД»



Дерево целей ООО «Сималенд»

# ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «СИМАЛЕНД»

## Календарный план-график реализации работ по проекту расширения продуктового ряда ООО «Сима-Ленд» путем разработки маркетинговой стратегии

Выполняемые работы	Начало работ	Окончание работ	Ответственный исполнитель
1 Разработка программ удержания (лояльности) клиентов	Июль 2021	Август 2021	Директор
2 Разработка плана маркетинговых мероприятий	Август 2021	Сентябрь 2021	Администратор
3 Разработка мероприятия «Счастливый день»	Сентябрь 2021	Октябрь 2021	Директор и Администратор

Мероприятия	Периодичность (месяцы)			
	июль	август	сентябрь	октябрь
1 программа удержания (лояльности) клиентов	21	22		
2 маркетинговые мероприятия		21	22	
3 разработка мероприятия «Счастливый день»			21	22

**МЕРОПРИЯТИЯ ПО ЗАТРАТАМ НА МЕРОПРИЯТИЯ ПО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ООО «СИМАЛЕНД»**

## ЗАТРАТЫ НА РЕАЛИЗАЦИЮ ПРОЕКТА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ООО «СИМАЛЕНД» ПО ПЕРИОДАМ (С ИЮЛЯ ПО ОКТЯБРЬ 2021 Г.)

Мероприятия	Периодичность (месяцы)			
	июль	август	сентябрь	октябрь
1 программа удержания (лояльности) клиентов	2 020,434	448,985	448,985	448,985
2 маркетинговые мероприятия	798,945	798,945	798,945	798,945
3 проведение мероприятия «Счастливый день»	34,32	0	0	0
Итого	2 853,699	1 247,93	1 247,93	1 247,93

## СОВОКУПНЫЕ ДОХОДЫ И ЗАТРАТЫ, ПОНЕСЕННЫЕ ООО «СИМАЛЕНД»

Период t	Доход $D_t$ , тыс. руб.	Затраты $Z_t$ , руб.	Коэффициент дисконтирования $k_{dt}$	Дисконтированный доход $D_t * k_{dt}$ , руб.	Дисконтированные затраты $Z_t * k_{dt}$ , руб.	ЧДДt	ЧТСt
Июль	2 841,40	2 853,699	1	2 841,40	2 853,699	- 12,299	- 12,299
Август	2 841,40	1 247,93	0,977	2 776,05	1 219,23	1 556,82	1 521,01
Сентябрь	2 841,40	1 247,93	0,954	2 710,70	1 190,53	1 520,17	1 450,24
Октябрь	2 841,40	1 247,93	0,931	2 645,34	1 164,32	1 483,52	1 378,83
Итого	11 365,60	6 597,49	-	10 973,49	6 427,779	4 558,211	4 337,781

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**