

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН

**Тема: Совершенствование управления
конкурентоспособностью
предприятия (на примере ТОО
«Eurasia Motor Pavlodar»**

Выполнил:

Ережепов Т.Р.

Научный руководитель:

Амирова М.А.

Научный аппарат

- * **Целью** работы является разработка проекта повышения конкурентоспособности автодилеров на основе стратегии управления взаимоотношениями.
- * **Объектом** исследования является автодилер Павлодарской области - ТОО «Eurasia Motor Pavlodar».
- * **Предмет** исследования - оценка системы управления конкурентоспособностью предприятия в автомобильной отрасли.
- * **Научная новизна** проведенного исследования состоит в систематизации методов оценки конкурентоспособности предприятия с целью улучшения показателей предприятия.

Многоугольник конкурентоспособности



4P-анализ ТОО «Eurasia Motor Pavlodar»

№	Стратегия	Содержание	Цели компании
1	2	3	4
1	Продуктовая стратегия	Реализация автомобилей является несерийным и организуется по технологическому признаку. Внедрение производства по евронормам	Реализовать продукцию в соответствии с различными потребностями клиентов (как основные, так и дополнительные)
2	Ценовая стратегия	Цены – индивидуальные	Ценовая политика – индивидуально к каждому заказу
3	Рекламная стратегия	Продвижение услуг через буклеты, Интернет-сайты	Активизация продаж
4	Каналы продаж	Офис продаж, официальный сайт (продажи посредством сети Интернет), участие в тендерах	Выход на экспортные рынки

Сегментирование покупателей ТОО «Eurasia Motor Pavlodar»

Критерий	Характеристика критерия	Искомые выгоды
Возраст	От 20 лет до 60	Данные люди платежеспособны
Пол	Мужчины и женщины	Для управления автомобилем пол не играет важную роль
Уровень доходов	Средний, высокий	Для среднего уровня доходов в автосалоне присутствуют комплектация уровня эконом, для высокого - уровня люкс
Семейное положение	Состоящие в браке, одинокие	В автосалоне в наличии есть автомобили «семейные», т.е. многоместные с кузовом универсал и для личного использования кузовом хэтчбэк и седан.
Род занятий	Работающие люди.	Автосалон ориентируется на людей работающего класса, так как в областном центре и в городах Аксу и Экибастуз находятся крупные градообразующие предприятия.
Повод для покупки	Для семьи, для личного использования.	Для удовлетворения потребностей клиентов автосалон расширяет модельный ряд в зависимости от спроса.

Анализ удовлетворения потребностей потребителей ТОО «Eurasia Motor Pavlodar»

Потребности	Выгода потребителя.
1	2
Автомобили	Потребитель приобретает для своих нужд автомобиль, в соответствии с этим увеличивает качество и уровень своей жизни.
Сервисное обслуживание	Сервисное обслуживание позволяет покупателям не задумываться о технических проблемах в своем автомобиле.
Продажа запчастей	Запчасти на определенные модели наших автомобилей по городу могут не продаваться по этому покупатель не задумывается о поиске интересующие детали, и приобрести данную Зап.часть при прохождении тех обслуживания.
Удобное место расположения	Доступность автосалона, позволяет клиентам в любое время и без проблем приехать за выбором автомобиля или же его обслуживанием. Так как автосалон находится недалеко от Железнодорожного вокзала, это позволяет жителям области без проблем найти автосалон и приобрести автомобиль.
Гарантия качества	На каждый автомобиль, продаваемый через официального дилер дается гарантия до трех лет, это говорит о том, что в случае поломки автомобиля по причине заводского брака клиент может обратиться в автосалон и ему поломку устранят бесплатно.
Высокий уровень обслуживания	Высокий уровень обслуживания позволяет клиентам чувствовать себя комфортно при покупке автомобилей, а так же получить удовольствие от покупки.

Матрица SWOT-анализа ТОО «Eurasia Motor Pavlodar»

	<p><u>Сильные стороны – S</u></p> <p>известность на рынке; широкий модельный ряд автомобилей; Удобное время работы; Удобное место расположения</p>	<p><u>Слабые стороны – W</u></p> <p>Нерациональное использование торговой площади; Недостаточно высокий уровень качества обслуживания; Недостаточное количество предложений по услугам (нет программы по сдаче старого автомобиля в обмен на новый, нет постановки автомобиля на учет); Слишком занижены цены на сервисные услуги</p>
<p><u>Возможности – O</u></p> <p>Привлечение инвестиций; Укрепление имеющихся позиций на автомобильном рынке</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Повышение уровня оплаты труда 2. Дополнительное обучение персонала. 	<p><u>Стратегические действия SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Поиск эффективных путей использования ресурсов и материально-технической базы. 2. Удержание доли рынка за счет потери доли прибыли 3. Повышение выручка за счет постоянного мониторинга покупа-тельских предпочтений 	<p><u>Стратегические действия WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Скорректировать распределение площадей автосалона 2. Создание более комфортных условий, повышение качества обслуживания 3. Укрепление позиций за счет расширения предложений по услугам 4. Развитие маркетинговой службы, более эффективное изучение цен на услуги на рынке
<p><u>Угрозы – T</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Появление новых конкурентов 2. Потеря значительной доли потребителей 	<p><u>Стратегические действия ST</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Сосредоточить деятельность на основном сегменте рынка 	<p><u>Стратегические действия WT</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Привлечение свежих сил в руководство предприятия, либо повышение квалификации имеющегося руководящего состава 2. Мероприятия по стимулированию сбыта. 3. Рекламная компания направленная на информирование покупателя о товарах и услугах.

Исследование автопрома Казахстана за 2020 год

АВТОПРОМ КАЗАХСТАНА

ЯНВАРЬ-ДЕКАБРЬ 2020

612,8 млрд

По данным АСПР РК за двенадцать месяцев 2020 года на территории Казахстана было произведено 77 431 ед. техники общей стоимостью 612,8 млрд тенге, на 70,4% больше, чем за январь-декабрь 2019 года.

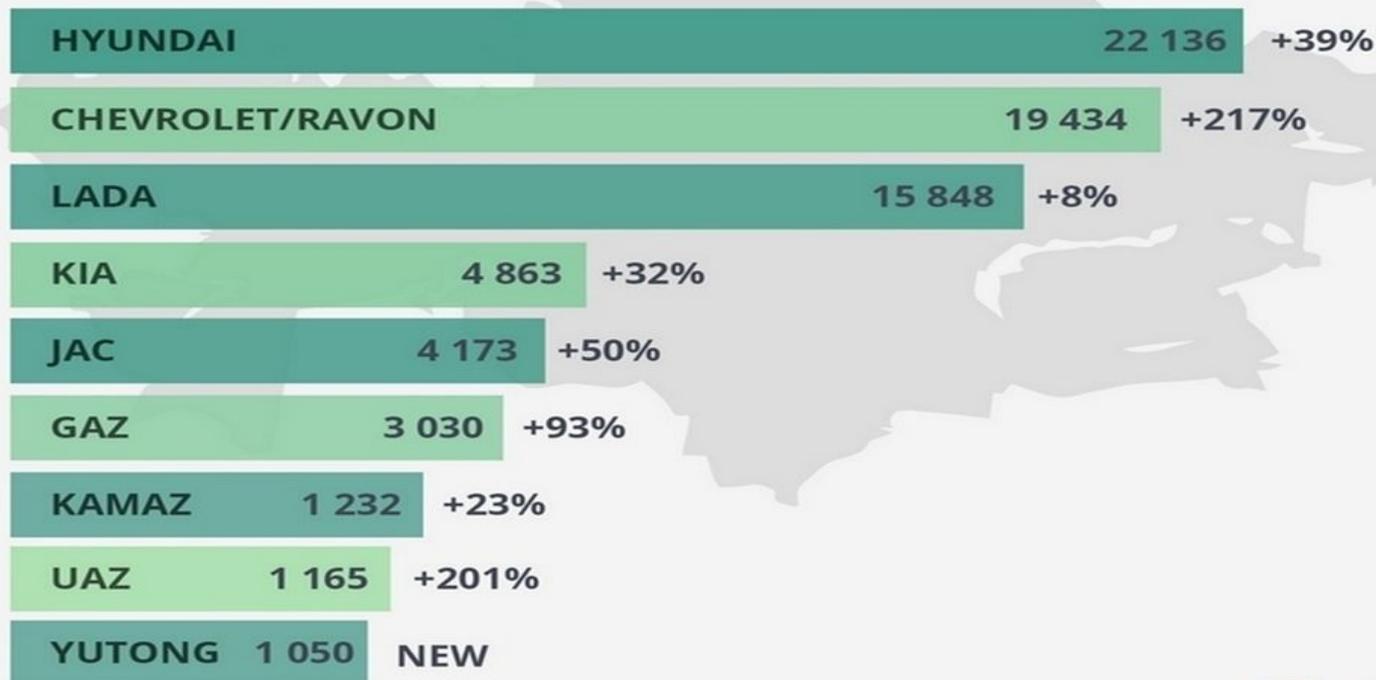
ПРОИЗВОДСТВО В РЕГИОНАХ



Источник: АКАБ, АСПР РК

Динамика производства автомобилей в Казахстане за январь-декабрь 2020 года

АВТОПРОМ КАЗАХСТАНА ПРОИЗВОДСТВО В ЯНВАРЕ-ДЕКАБРЕ 2020 ГОДА



Анализ автомобильного рынка Павлодарской области

Показатель	Состояние	Динамика
Выручка на рынке	Данные 2020 года показывают, что автомобильный рынок набирает свои обороты, по сравнению с 2019 годом выручка увеличился на 36%.	98%
Количество предприятий	В Павлодарской области на данный момент функционирует 9 автосалонов, но большинство марок которые существуют на автомобильном рынке в Павлодаре не представлены.	53%
Уровень насыщенности	В Павлодарской области насыщенность рынка автомобилями достаточно велика, но рынок нуждается в расширении марок производителей	83%
Динамика развития цен	Развитие цен на автомобили зависит от производителей, то есть каждый автосалон реализует автомобили по рекомендованным ценам которые устанавливает производитель, в соответствии с этим цены за 2019 и 2020 года повышались 4 раза.	100%
Барьер при входе на рынок	Основным барьером на автомобильный рынок Павлодарской области является высокая конкурентность, что не позволят многим торговым предприятиям добиться максимального спроса.	70%
Доля фирмы на рынке	Доля ТОО «Eurasia Motor Pavlodar» на автомобильном рынке Павлодарской области составляет 35%, автосалон занимает второе место по продажам в городе.	35%

Этапы внедрения программы лояльности в ТОО «Eurasia Motor Pavlodar»

№	Этап	Характеристика
1	Первый	Формулировка цели (целей) программы лояльности.
2	Второй	Сегментация потребителей.
3	Третий	Маркетинговые исследования по выявлению потребительских предпочтений в выделенных сегментах.
4	Четвертый	Формирование базы данных по потребителям.
5	Пятый	Разработка стратегии удержания промежуточных и конечных потребителей, выработка маркетингового инструментария.
6	Шестой	Программа лояльности.

План маркетинговых мероприятий

№	Мероприятие	Сроки проведения	Ответственный
1	Исследования по выбору носителей рекламы	12.01.2022-30.01.2022	Менеджер.
2	Изготовление и издание макета цветной (черно-белой) листовки	07.02.2022-14.02.2022	Менеджер
3	Заказ рекламного баннера	20.01.2022-07.02.2022	Менеджер
4	Поиск дилеров по рекламе в Интернете	01.02.2022-14.02.2022	Программист
5	Разработка содержания конкурса, акции	01.02.2022-03.02.2022	Администратор-консультант
6	Публикация постов в Instagram	01.02.2022-15.02.2022	Программист
7	Проведение конкурса в группе Face, Вконтакте для клиентов	23.02.2022-07.03.2022	Программист
8	Составление макетов визитки и буклета	04.02.2022-10.02.2022	Менеджер
9	Мероприятия по стимулированию сбыта	21.01.2022-14.05.2022	Менеджер и директор



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!