

Защитная речь к диплому

Слайд 1

Уважаемые члены государственной аттестационной комиссии, разрешите представить Вашему вниманию выпускную квалификационную работу, посвященную «Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции АО «БСК»

Актуальность выбранной темы квалификационной работы обусловлена тем, что конкуренция является одним из основных рычагов рыночной экономики и стимулирует предприятия модернизации и повышению качества выпускаемой продукции.

Слайд 2

Цель исследования: является комплексное исследование теоретических основ и разработка методических рекомендаций по повышению конкурентоспособности продукции промышленного предприятия.

Задачи исследования в дипломной работе :

Задачи исследования:

- изучение теоретических и методических подходов к выявлению сущностных основ, специфики и основных тенденций развития конкурентоспособности продукции;
- организационно-экономический анализ функционирования объекта исследования, включающий анализ организационной структуры предприятия, анализ финансового состояния и технико-экономических показателей деятельности АО «БСК» за период с 2009 по 2013 гг.;
- разработка методических рекомендаций по исследованию рынка химической продукции, совершенствованию организационной структуры объекта исследования, товарной и коммуникационной политики предприятия при расширении рынков сбыта;
- постановка и способы решения задачи по повышению конкурентоспособности продукции предприятия на внутреннем рынке классическим методом на основе товара идеала.

Объектом исследования является производственная площадка № 1 АО «Башкирская содовая компания» (до 23 мая 2013 г. АО «БСК»).

Слайд 3

Работа над исследованием проходила поэтапно. На первом этапе мы рассмотрели факторы и индикаторы конкурентоспособности продукции промышленного предприятия и выяснили, что конкуренция — соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Конкурентоспособность предприятия характеризует возможности и динамику его приспособления к условиям рыночной конкуренции.

Сформулируем общие принципы, которые дают конкурентные преимущества предприятиям, это:

- нацеленность всех и каждого работника на действие, на продолжение начатого дела;
- близость предприятия к клиенту;
- создание автономии и творческой атмосферы на предприятии;
- рост производительности благодаря использованию способностей людей и их желанию работать;
- демонстрация важности общих для предприятия ценностей;
- умение твердо стоять на своем;

- простота организации, минимум уровней управления.

Слайд 4

На втором этапе мы проанализировали организационная структура предприятия которая показала, что организационная структура АО «БСК» является классическим примером построения линейно-функциональной модели управления предприятием. Так же, были выявлены недостатки организационной структуры предприятия, для решения которых предлагается проведение следующих мероприятий:

- четко прописать бизнес-процессы протекающие на предприятии, качественно организовать документооборот;
- провести тщательный анализ фактически исполняемых обязанностей сотрудников предприятия;
- пересмотреть тарифные разряды каждого сотрудника;
- изменить систему премирования – перейти на премирование с учетом коэффициента трудового вклада для подразделений и отделов и коэффициента трудового участия для каждого работника, а так же ввести разовые премии по результатам работы;
- продолжать вести непрерывную работу по повышению квалификации и профессионализма сотрудников, поощрять их за новаторские идеи и рационализаторские предложения;
- создать на предприятии под управлением коммерческого директора службу маркетинга, которая бы занималась поиском покупателей и исследованиями рынка: анализ конкурентов, определение потребностей клиентов, разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности продукции предприятия.

Реализация предлагаемой программы совершенствования организационной структуры в целом позволит:

- определить цели предприятия и каждого из его подразделений;
- создать четкую систему распределения функций и ответственности между работниками предприятия, что во многом влияет на устойчивость и динамичность работы предприятия в целом;
- позволит совершенствовать свойства и качество продукции на уровне конкурентов, что может привести к расширению рынков сбыта выпускаемой продукции.

Слайд 5

Анализ динамики основных финансовых показателей функционирования АО «БСК» за период с 2009 по 2012 гг. позволил сделать аргументированный вывод об устойчивом финансовом положении предприятия. Огромное влияние на финансовые результаты деятельности АО «БСК» оказывает участие предприятия в долях других компаний.

Предприятию следует обратить внимание рост долговой зависимости компании, что свидетельствует об увеличении риска, связанного с возможностью несвоевременного погашения заемных средств при сокращении выручки. В ходе анализа маркетингового обеспечения АО «БСК» были выявлены следующие ключевые проблемы:

- отсутствует система маркетингового обеспечения предприятия;
- товарная политика не учитывает в полной мере текущих и тем более перспективных потребностей каждого сегмента потребителей. Более того, предприятие не проводит грамотного позиционирования своих товаров на внутреннем рынке.

Слайд 6

В процессе анализа, нами было предложено создание маркетинговой службы. Задачами службы маркетинга на предприятии являются сбор и анализ исходной информации, планирование и прогнозирование, оперативная работа. Организационно

служба маркетинга должна быть подчинена непосредственно директору предприятия, что обеспечивает независимость ее положения по отношению к другим подразделениям и объективную оценку возможностей предприятия при разработке его маркетинговой политики. В своей деятельности служба маркетинга должна взаимодействовать с подразделениями предприятия, участвующими в достижении его производственно-коммерческих целей.

Слайд 7

В наиболее серьезной коррекции нуждается комплекс маркетинговых коммуникаций предприятия. Приведены мероприятия, которые необходимо провести в рамках совершенствования системы ФОССТИС и создания благоприятного имиджа предприятия.

На АО «БСК» предложены мероприятия по реализации внутреннего комплекса PR, то есть поддержка и развитие корпоративной культуры, формирование корпоративных ценностей, которые принимаются каждым членом коллектива и задают ориентиры поведения, нормы общения с клиентами и коллегами.

Слайд 8

Анализ товарной политики показал, что решение о расширении ассортимента товаров для АО «БСК» не может быть сиюминутным, так как это потребует реорганизации всего производственного цикла, строительства новых промышленных установок, выделения площадей для хранения полуфабрикатов и т.д. По этой причине целесообразно принятие решений об уровне сервиса: необходимо следить, насколько уровень услуг отвечает ожиданиям и потребностям потребителей продукции. С этой целью предлагается использовать регулярные опросы клиентов, создать систему работы с жалобами, претензиями и предложениями.

Слайд 9

Так же в рамках нашей работы была разработана мероприятия, необходимые для повышения конкурентоспособности продукции на примере полиэлектролита ВПК-402:

- необходимо усовершенствовать метод производства полиэлектролита ВПК-402, улучшив готовый продукт за счет сополимеризации мономеров акриламида (АА) и ДАДМАХа для получения более разветвленной цепи, то есть еще более высокой молекулярной массы;
- получение полиэлектролита ВПК-402 в порошковом виде;
- экстракция мономера диаллилдиметиламмонийхлорида экстрагентом, экстрагирующим содержащуюся в растворе соль в незначительных количествах – с последующей экстракцией мономера водой с получением 55%-го раствора, идущего на полимеризацию для получения обессоленного полиэлектролита ВПК-402 в порошковом виде.

Слайд 10

Оценка конкурентоспособности представленных вариантов продукции показала, что наиболее высоким показателем конкурентоспособности является продукт, полученный при 3 варианте реализации мероприятий и интегральный показатель составляет $I=5.07$ в то время, как интегральный показатель ближайшего конкурента составляет $I=4.34$.

Однако проведенные исследования реальных и потенциальных потребителей установили, что все три продукта в той или иной мере будут востребованы на внутреннем рынке.

Приняв решение о реализации проекта по получению полиэлектролита в сухом виде, предприятию не стоит отказываться и от производства водного раствора продукта. В таком агрегатном состоянии товар пользуется спросом у определенного сегмента потребителей (ОАО «Воронежсинтезкаучук», г. Воронеж, ОАО УК Южный Кузбасс г. Междуреченск, ЦОФ Беловская, г. Белово) и повышение качества полиэлектролита при сохранении цены на прежнем уровне укрепит позиции предприятия на рынке флокулянтов.

Слайд 11

Таким образом, цель работы - комплексное исследование теоретических основ и разработка методических рекомендаций по повышению конкурентоспособности продукции промышленного предприятия. – достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.