

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы - **«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ФЛУИДОР»)».**

Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время на многих отечественных предприятиях медленно реализуются маркетинговые мероприятия и исследования. Как показывает практика, маркетинг нередко является наиболее «узким местом». Неэффективная маркетинговая система ведет к тому, что невостребованными остаются гибкость и ресурсные возможности производственной и финансовой подсистемы современных предприятий.

Слайд 2

Целью работы является разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности в современной организации.

Для реализации цели необходимо решить ряд задач, они представлены на слайде.

Слайд 3

В ходе работы были рассмотрены . **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ**

Для достижения цели, в третьей главе работы производится анализ предприятия ООО «ФЛУИДОР»

ООО «Флуидор» является юридическим лицом. Предприятие учреждено решением учредительного собрания от 23 июня 1999 года.

Целью организации является извлечение прибыли в результате коммерческой деятельности и удовлетворение общественных потребностей в сферах производства. Общество обязано осуществлять контроль над качеством продукции (работ, услуг).

Ассортимент продукции, производимой предприятием ООО «Флуидор», представлен на слайде.

Слайд 4

Структура предприятия относится к традиционному типу структур (линейно-функциональная структура), так как существует иерархия и четкое разграничение компетенции по уровням линейного управления. Организационная структура предприятия представлена на рисунке на слайде.

Слайд 5

В целях анализа маркетинговой деятельности предприятия важной является и оценка основных финансово-экономических показателей, характеризующих финансовое состояние организации. В **таблице 1 раздаточного материала** на данном слайде представлен анализ структуры имущества ООО «Флуидор» во взаимосвязи с источниками его формирования.

В течение анализируемого периода 2013-2015 гг. активы организации увеличились на 15298 тыс. руб. Такое опережающее увеличение собственного капитала относительно общего изменения активов является положительным показателем.

Слайд 6

В таблице 2 раздаточного материала и на данном слайде представлен анализ выручки от реализации ассортимента произведенной товарной продукции за 2013-2015 год.

Основная прибыль в 2013 и 2014 году была получена от реализации окон 48,44% и 39,86% соответственно, а в 2015 году, от реализации фасадов и перегородок – 42,16%. При этом имеет место рост рентабельности обычных видов деятельности по сравнению с аналогичным периодом 2013 г. (+12%).

Слайд 7

На рисунке представлена динамика показателей выручки от продажи продукции за анализируемый период 2013-2015гг..

В результате проведенного анализа можно отметить, что рост объема выручки от реализации продукции произошел практически по всем видам товарной продукции. Так прирост по «окнам» произошел на 39,5%, по «дверям» – 25,14%, по «лоджиям и балконам» на 94,66%, а рост производства и реализации по «фасадам и перегородкам» составил 29160 тыс. руб.

Слайд 8

Чистые активы организации за анализируемый период намного превышают уставный капитал. Такое соотношение положительно характеризует финансовое положение предприятия ООО «Флуидор», полностью удовлетворяя требованиям законодательства РФ к величине чистых активов организации. В таблице 3 раздаточного материала и на данном слайде представлен анализ чистых активов предприятия и связанных с ними показателями ликвидности.

За рассматриваемый период следует отметить увеличение чистых активов на 158%.

Слайд 9

Коэффициент обеспеченности собственными средствами также не соответствует норме (не менее 0,1), поэтому в таблице 4 раздаточного материала и на слайде представлен более подробно анализ показателей ликвидности баланса.

В результате проведенного анализа, можно сделать вывод, что в течение 2013, 2014 и 2015 года выполнялось только одно необходимое условие из трех.

Слайд 10

Краткосрочной дебиторской задолженности было достаточно для погашения среднесрочных обязательств. Данный факт указывает на финансовую неустойчивость предприятия. В этой связи в таблице 5 раздаточного материала проведем анализ показателей финансовой устойчивости ООО «Флуидор» за 2013 -2015 года.

Не смотря на то, что на практике норматив для этого показателя не определен, полученное значение говорит о явном недостатке собственного капитала для обеспечения стабильного финансового положения предприятия ООО «Флуидор».

Слайд 11

В таблице 6 раздаточного материала и на данном слайде представлен анализ показателей рентабельности за анализируемый период.

Проведенный анализ показал, что показатели рентабельности имеют положительные значения, что говорит о прибыльности (рентабельности) деятельности ООО «Флуидор». Так, прибыль от продаж в отчетном периоде 2015 года составляет 29% от полученной выручки.

В таблице 7 раздаточного материала проведен анализ рентабельности использования вложенного в предпринимательскую деятельность капитала.

Таким образом, за анализируемый период рубль, вложенный организацией в основные фонды и материально-производственные запасы, обеспечил 0,30 руб. прибыли от продаж.

Слайд 12

В таблице 8 раздаточного материала представлен анализ показателей оборачиваемости ряда активов, характеризующих скорость возврата авансированных денежных средств, а также показатель оборачиваемости кредиторской задолженности.

Анализ деловой активности показал, что за 311 календарных дней ООО «Флуидор» получает выручку, равную сумме всех имеющихся активов. При этом требуется 18 дней, чтобы получить выручку равную среднегодовому остатку материально-производственных запасов (МПЗ).

Слайд 13

В ООО «Флуидор» маркетинговая деятельность ведется директором подразделения при помощи менеджера. Общая схема организации маркетинговой деятельности на предприятии представлена на слайде.

Слайд 14

Реализация продукции ООО «Флуидор» происходит только на внутреннем рынке, поэтому для анализа, используем сравнение оптового и розничного рынка. Анализ показателей емкости оптового и розничного рынков сбыта продукции представлен в таблице 9 раздаточного материала.

Из анализа динамики рынков сбыта, можно сделать следующий вывод: цены на реализацию товаров между оптовым и розничным рынком не отличаются, отсюда и одинаковая рентабельность двух сфер сбыта.

Слайд 15

Положительным выходом из данной ситуации может быть эффективное привлечение оптовых клиентов.

В таблице 10 раздаточного материала и на данном слайде, представлен анализ структуры рынков сбыта и их доходности.

Таким образом, по всем категориям производимой ООО «Флуидор» товарной продукции, основной рынок сбыта – розничный (63-80%). Кроме того, доходность товаров на розничном и оптовом рынке не отличается.

Динамика рентабельности продаж на оптовом и розничном рынке сбыта представлена на слайде.

В результате анализа, выявлены наиболее перспективные группы товаров и намечены основные направления совершенствования маркетинговой деятельности в данном направлении.

Слайд 16

Основные конкуренты предприятия представлены в таблице на слайде.

Учитывая, что основную прибыль предприятие получало от продажи пластиковых окон, был проведен сравнительный анализ ассортимента окон в сравнении с основным конкурентом ООО «Европласт» за 2013-2015 гг.,

Средние цены в сравнении со средними ценами по отрасли и с ценами главного конкурента ООО «Европласт» по розничному сегменту представлены на слайде.

Цены предприятия ООО «Флуидор» по розничному сектору, незначительно отличаются от средних по отрасли и конкурента. Также следует отметить, что по данному критерию ООО «Флуидор» находится в выигрышном положении, так как цены компании ниже.

Однако, средние цены ООО «Флуидор» уступают средним ценам по отрасли по оптовому сегменту, что позволяет сделать вывод о целесообразности смены ориентира на оптовый рынок и развитие компании в данном направлении.

Слайд 17

В результате проведенного маркетингового анализа деятельности в дипломном проекте предлагается ряд мероприятий, направленных на развитие эффективной маркетинговой деятельности в ООО «Флуидор». В таблице 11 раздаточного материала и на данном слайде предложена краткая характеристика направлений совершенствования маркетинговой деятельности.

В целом можно отметить что в ООО «Флуидор» проводит правильную политику в области маркетинговой деятельности. Внедрение разработанного проекта мероприятий позволит не только увеличить чистую прибыль компании, но и укрепить финансовую устойчивость ООО «Флуидор», снизив ее зависимость от заемных средств.

Таким образом, Цель работы - разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности в современной организации– **достигнута.**

Спасибо за внимание! Доклад окончен.