

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА БАКАЛАВРА

Повышение конкурентоспособности предприятия (на примере
ООО «Гирудо-мед.юг»)

Актуальность темы исследования

Актуальность данной темы обусловлена тем, что заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта.

Цель и задачи исследования

Цель дипломной работы - оценить уровень конкурентоспособности предприятия на примере ООО «Гирудо-мед.юг» и предложить пути ее повышения.

Исходя из целей дипломной работы требуется решить следующие задачи:

определить понятие конкурентоспособности и факторы, влияющие на её состояние;

изучить методы оценки конкурентоспособности предприятия;

провести анализ факторов, влияющих на повышение конкурентоспособности;

рассчитать основные финансовые показатели и дать им оценку;

проанализировать основные средства предприятия;

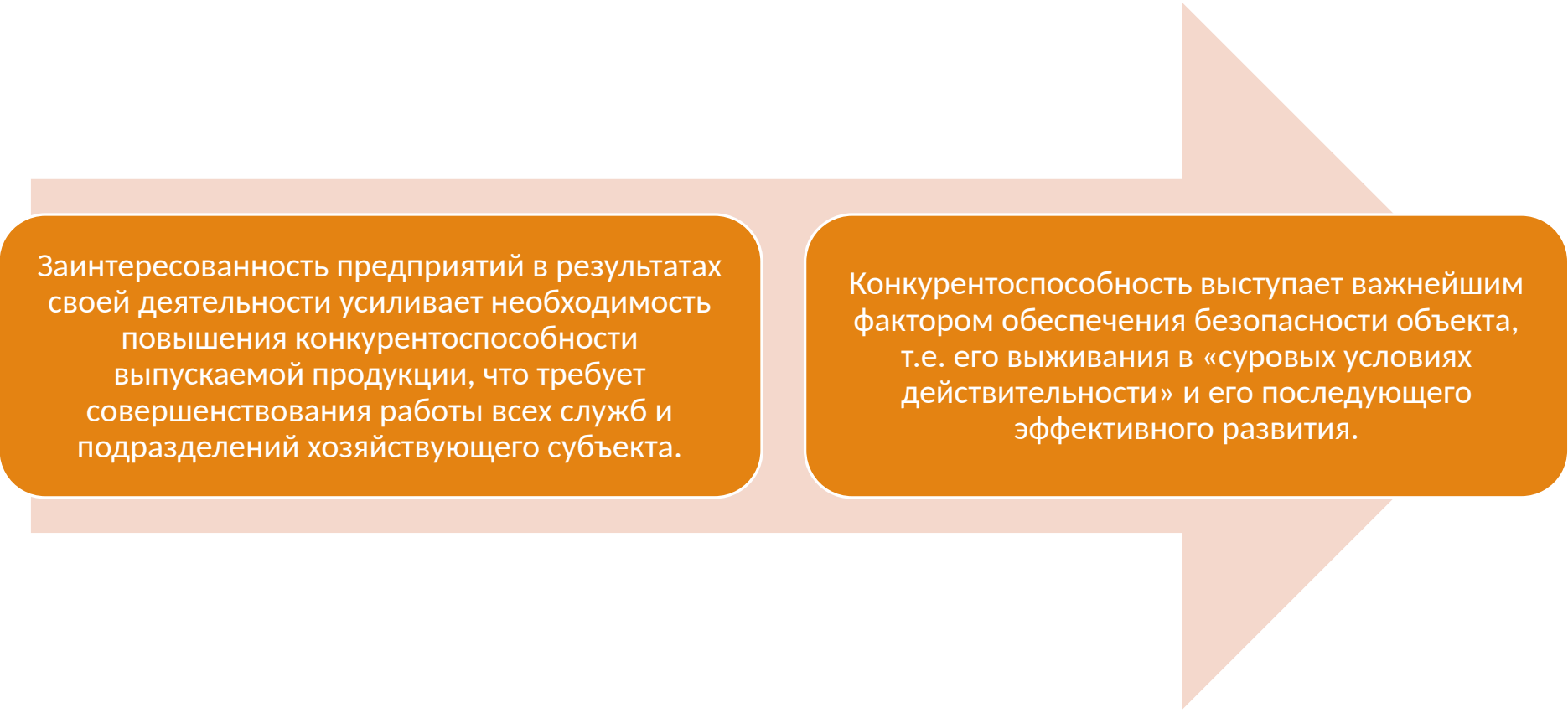
провести анализ финансового состояния ООО «Гирудо-мед.юг»;

проанализировать результаты деятельности, в частности прибыль и рентабельность;

рассчитать комплексный показатель конкурентоспособности и дать его интерпретацию;

вывести и экономически обосновать рекомендации по повышению конкурентоспособности ООО «Гирудо-мед.юг».

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ



Заинтересованность предприятий в результатах своей деятельности усиливает необходимость повышения конкурентоспособности выпускаемой продукции, что требует совершенствования работы всех служб и подразделений хозяйствующего субъекта.

Конкурентоспособность выступает важнейшим фактором обеспечения безопасности объекта, т.е. его выживания в «суровых условиях действительности» и его последующего эффективного развития.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

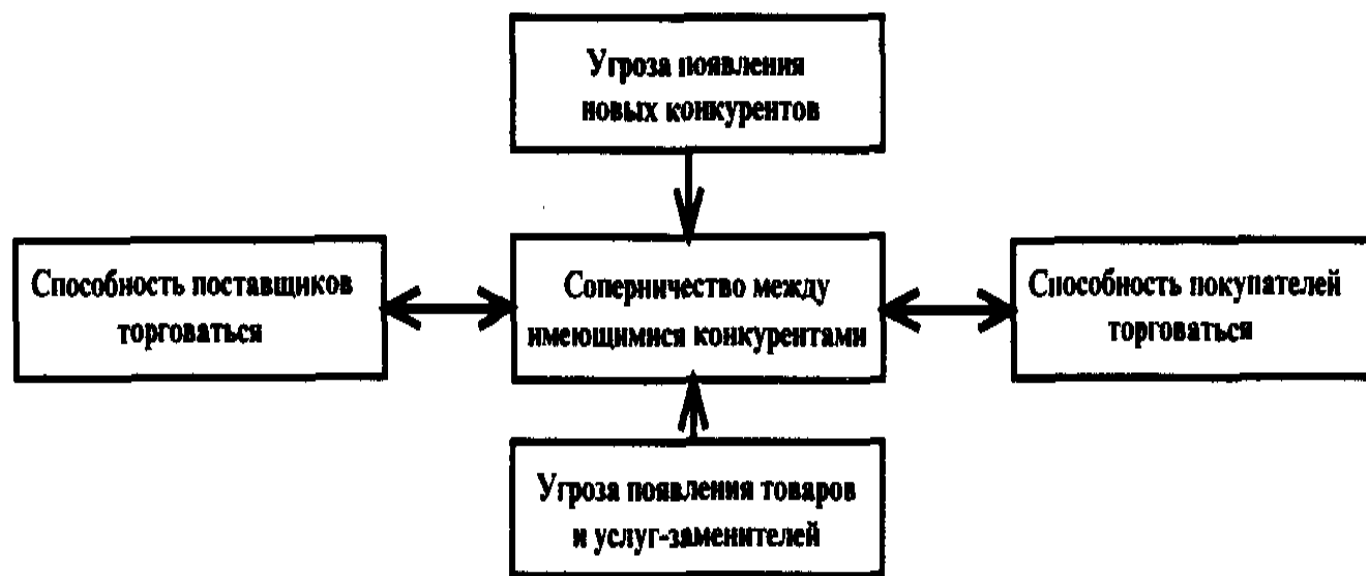


Рисунок 1 - Пять ключевых факторов, определяющих конкуренцию в отрасли

Таблица 1 – Аудит Обеспеченность моделями предприятия Высшая персоналом рассмотрим за 2018 рекламы год

Категория работников	План, чел	В % к итогу	Факт, чел	В % к итогу	Обеспеченн ость, %	Отклонение (+;-)
Среднесписочная численность персонала, в том числе:	540	100,0	533	100,0	98,7	-7
Руководители	111	20,5	117	22,0	105,4	+6
Специалисты	80	14,8	90	16,9	112,5	+10
Рабочие	335	62,1	309	57,9	92,3	-26
Охрана	14	2,6	17	3,2	121,4	+3

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НА ПРИМЕРЕ ООО «ГИРУДО-МЕД.ЮГ»

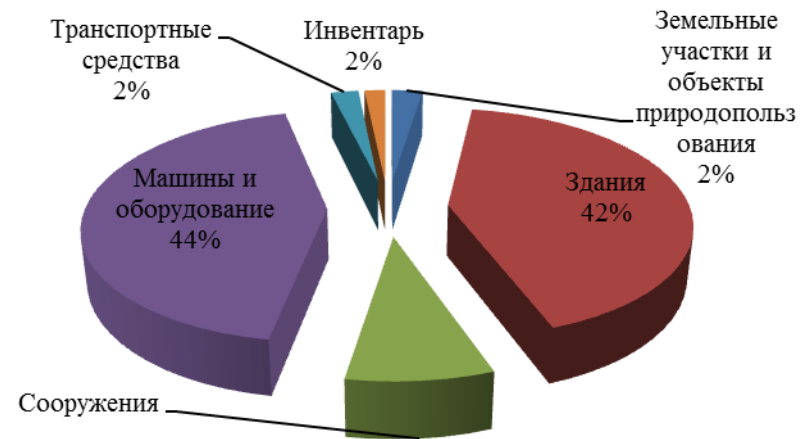


Рисунок 8 – Доля основных фондов предприятия

Таблица 9 - требует Критерии графическое показателей был конкурентоспособности

Показатели	ООО «Гирудо-мед.юг»	ЗАО «Международный центр пиявок»	ООО ФОМ "Сибгирудолайф"	ОАО "Р.О.С."	ЗАО « ООО Сбс "Компас" »
1	2	3	4	5	6
Конкурентоспособность по продукту					
- коэффициент рыночной доли	2,7	2,6	2,2	2,5	2,5
- коэффициент предпродажной подготовки	4,6	4,6	4,5	4,8	4,4
- коэффициент изменения объема продаж	3,2	3,2	3	3,3	3,07
Конкурентоспособность по цене					
- коэффициент уровня цен	2,4	2,3	2,1	2,4	2,2
Конкурентоспособность по критерию доведения продукта до потребителя					
- коэффициент доведения продукта до потребителя	4,2	4,5	4,4	4,6	4,4
Конкурентоспособность по критерию продвижения продукта					
коэффициент рекламной деятельности	4,8	5,1	5	5,1	5,1
Среднее значение	3,7	3,7	3,5	3,8	3,6

РЕКОМЕНДАЦИИ ПРАКТИКЕ ПО ТИПАМ ПОВЫШЕНИЮ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕНЕЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КАЖДОМУ ПРЕДПРИЯТИЯ ВЫЯВЛЯЮТСЯ ООО «ГИРУДО-МЕД.ЮГ»

№ п/п	Наименование стратегии	Цели	Средства достижения
1.	Стратегии защиты своей доли рынка. Поддержание и сохранение устойчивого конкурентного преимущества	Удержание потребителя	Увеличение ассортимента, предоставление условий отсрочки платежа, доставка за счет поставщика, изменение технологии производства изделий по требованиям потребителя. Поддержание имиджа.
1.	Стратегия закрепления	Позволяет сохранить конкурентную силу. Концентрация на поддержание приемлемых цен и на обновлении продукта за счет новых размеров, упаковок и марок.	Изменение транспортировочной тары по требованиям потребителя. Изменение технологии производства изделий по требованиям потребителя. Ценовое маневрирование. Создание системы скидок.
1.	Стратегия инноваций	Стабильно иметь ведущие позиции в создании новых продуктов и систем их доведения до клиентов.	Подготовка и переподготовка кадров. Разработка нового продукта, с учетом потребностей потребителя. Мотивация кадров
1.	Стратегия доходности	Лидерство по издержкам.	Контроль дополнительных затрат. Снижение себестоимости. Выбор поставщиков сырья.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПРАКТИКЕ ПО ТИПАМ ПОВЫШЕНИЮ ОЛИГОПОЛИСТИЧЕСКИЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МЕНЕЕ ПРОМЫШЛЕННОГО КАЖДОМУ ПРЕДПРИЯТИЯ ВЫЯВЛЯЮТСЯ ООО «ГИРУДО-МЕД.ЮГ»

- разработка и внедрение на рынок нового инновационного продукта
- разработка технологии производства для улучшения качества виявок
- проведение рекламных мероприятий
- предоставление скидок покупателю