

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – **«ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СОБСТВЕННЫМ БИЗНЕСОМ В ПРОИЗВОДСТВЕННОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ (НА ПРИМЕРЕ ООО «СТАНКОСЕРВИС»))».**

Слайд 2

Итак, любая организация находится и функционирует в определенной среде. В менеджменте под средой организации понимается наличие условий и факторов, которые воздействуют на функционирование предприятия и требуют принятия управленческих решений, направленных на управление ими либо на приспособление к ним.

Актуальность данного исследования обусловлена тем, что глобальные изменения дестабилизирующего характера во внешней среде приводят к нарастанию неустойчивости деятельности организаций.

Слайд 3

Итак, **целью** исследования является: выявление отраслевых особенностей управления собственным бизнесом в производственном предпринимательстве.

Задачи работы представлены на слайде.

Слайд 4

Несмотря на то, что количество производственных предприятий ежегодно растет (в 2018 году количество малых организаций составляло 2 003 038 единиц, а в 2020 году уже 2 103 780 единицы), общее количество убыточных предприятий неумолимо увеличивается. Так, на конец 2018 года убыточными стали 17,7 % предприятий, а в 2020 данный показатель составил уже 20,3 %.

Слайд 5

Показатели деловой активности характеризуют, во-первых, эффективность использования средств, а во-вторых, имеют высокое значение для определения финансового состояния, поскольку отображают скорость превращения производственных средств и дебиторской задолженности в денежные средства, а также срок погашения кредиторской задолженности.

Показатели деловой активности представлены в таблице. Показатели деловой активности позволяют оценить финансовое положение организации с точки зрения платежеспособности: как быстро средства могут превращаться в наличность, каков производственный потенциал организации, эффективно ли используется собственный капитал и трудовые ресурсы, как использует предприятие свои активы для получения доходов и прибыли.

Рентабельность отражает степень прибыльности осуществляемых предприятием видов деятельности. Анализ рентабельности заключается в исследовании уровней и динамики разнообразных показателей прибыльности (убыточности), которые являются относительными показателями финансовых результатов деятельности организации.

Слайд 6

На основе данных таблицы можно сделать следующий вывод: бухгалтерская прибыль незначительно снизилась в 2020 году на 6709 тыс. руб. Снижение бухгалтерской прибыли произошло за счет снижения прибыли от продаж на 5468 тыс. руб.

Слайд 7

Прибыль от реализации продукции уменьшается на 5468 тыс. руб или 49,6 %. На этот показатель повлияло увеличение себестоимости продукции на 4480 тыс. руб и увеличение коммерческих и управленческих расходов на 220 тыс. руб.

Слайд 8

По данным таблицы мы видим, что произошло снижение показателя прибыли от продаж не благоприятен. Данный показатель свидетельствует об уменьшении рентабельности и относительном снижении издержек производства и обращения. Показатели рентабельности производства и продаж в 2020 году уменьшаются на 17,58 % и 20,5, однако, все показатели рентабельности с положительным знаком, что означает прибыль на каждый вложенный рубль соответствующего показателя.

Слайд 9

Рассчитаем планируемую выручку ООО «Станкосервис» по реализации мероприятий по предложенным стратегиям на ближайший год. В качестве интервала планирования примем 1 месяц. Согласно исследованию, проведенного в третьей главе, мероприятие будет способствовать определенному увеличению объема продаж:

- создание маркетинговой службы 5-7 %
- программа продвижения услуг 7-10 7-10%

Учитывая данные проценты увеличения продаж и опыт продаж за 2020 год, планируемая выручка от мероприятий по интервалам планирования будет следующая

Слайд 10

Приведем эти данные помесечно, учитывая опыт предприятия.

Слайд 11

Для того чтобы рассчитать притоки денежных средств необходимо определить затраты, связанные с текущей деятельностью. Реализация предлагаемых мероприятий предусматривает включение в расчет таких текущих издержек как, затраты на рекламу и заработную плату сотрудникам отдела маркетинга.

Рассчитаем затраты на размещение рекламы, это акции, размещение рекламы в СМИ, на транспорте и т.д. Заработную плату маркетологам необходимо рассчитывать в соответствии с планируемым объемом продаж и с учетом процента от выручки – 2,5 % каждому сотруднику.

Слайд 12

Приведем затраты по инвестиционной деятельности. Первым месяцем начала проекта примем март, ставка по налогам и сборам 0,7%.

Слайд 13

В результате проведенного исследования предложены следующие мероприятия:

- Создание службы маркетинга;
- Применение методики эффективного управления ассортиментом товарной группы как средство увеличения продаж;
- Применение практических методов разработки и анализа товарной стратегии предприятия на основе внутренней вторичной информации.
- Программа продвижения услуг (размещение рекламы).

Слайд 14

При реализации выше перечисленных мероприятий в будущем планируется увеличение прибыли, реализация стратегии выхода на новые рынки, завоевание более прочных позиций на старом рынке

Слайд 15

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.