

(Слайд 1) Здравствуйте, уважаемые члены экзаменационной комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему – **«Повышение конкурентоспособности предприятия на логистической основе на примере ООО «Узловский молочный комбинат»».**

(Слайд 2) Цель выпускной квалификационной работы – разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности ООО «УМК».

Достижению цели способствовали задачи исследования, представленные на слайде презентации.

(Слайд 3) В данной работе в качестве объекта исследования выступает производственно-сбытовое предприятие ООО «Узловский молочный комбинат», которое работает с 2009 года и занимает лидирующие позиции на региональном рынке. Компания осуществляет планомерную экспансию на федеральный рынок сбыта качественных продуктов питания. Компания успешно производит и реализует пищевые ингредиенты и молочную продукцию в крупнейших городах России.

Фирма ООО «УМК» работает нестабильно. Из приведенных за 3-и года данных сложно определить стабильный тренд развития – роста или спада. Так практически все показатели функционирования фирмы в 2016 г. выше, чем в 2017 г., однако в 2018 г. имеется тенденция и перспектива роста.

(Слайд 4) Представленные на рисунке данные свидетельствуют о том, что в 2017 г. по сравнению с 2016 г. выручка снизилась до 78 % от исходного в 2016 г. значения. После чего в 2018 г. показатель выручки увеличился по сравнению с 2017 г. однако не достиг показателя 2016 г. Причиной указанных колебаний стали события, вызванные введенными санкциями и общим ухудшением экономической ситуации, и некоторым улучшением ситуации в 2018 г., что и отразилось на увеличении выручки в указанный период. Изменение себестоимости продукции, что можно наблюдать по диаграмме рисунка имеет зависимую динамику изменения от выручки, составляя тренд снижения в 2018 г. с резким спадом в 2017 г. Буквально это объясняется снижением объема проданных товаров и услуг и соответственно меньшими затратами.

(Слайд 5) Для оценки конкурентоспособности ООО «УМК» будет использоваться типовая форма, принятая в маркетинговых исследованиях – «оценочный лист», основные показатели которого представлены в таблице.

(Слайд 6) Динамика изменения относительного качества товара и относительного качества обслуживания представлена на рисунке. При этом, к 2018 году относительное качество товара снизилось до 7%.

Это может объясняться тем обстоятельством, что либо конкуренты улучшили качество своего предложения, либо компания перестала обращать на качество предложения должное внимание. Для клиентов качество обслуживания имеет такое же значение, как и качество товара. Из рисунка видно, что ООО «УМК» в базисном году не имело никакого преимущества в области обслуживания.

(Слайд 7) Представленная на рисунке диаграмма позволяет получить объективную информацию и по основным направлениям, определяющим конкурентоспособность ООО «УМК», и по отношению к конкурентам. Немаловажным фактором при анализе положения предприятия на рынке является изменение рыночной доли для ООО «УМК», составляющим 8 %. Данный показатель позволяет оценить изменение положения предприятия на основном рынке сбыта, Тульской области, и спрогнозировать перспективы развития исследуемой организации. Как видно из рисунка доля рынка предприятия неуклонно идет вниз. Данная тенденция является негативной и несет угрозу стабильному долгосрочному существованию предприятия.

(Слайд 8) Из приведенных данных можно заключить, что руководству компании следует подумать также и об уровне сохранения клиентов, который упал с 85% в 2015 году до 80% в 2018 году, поскольку такое положение вещей, в конечном итоге, скажется на конкурентоспособности. Большую часть дохода компании получают от уже имеющихся клиентов, а не от новых, хотя доля последних растет. Когда компания теряет того или иного покупателя, теряется будущая прибыль. Далее представлен анализ сбытовой деятельности ООО «УМК» с последующим отражением в таблицы. По данным таблицы очевидно, что сбыт продукции в 2018 году увеличился на 123,08 % по отношению к 2017 году, а по отношению к 2016 году увеличился на 2103,20 тыс. руб., что в процентном соотношении составило 111,35 %. В итоге можно утверждать, объем продаж предприятия довольно высок

(слайд 9) По результатам исследования объема сбыта конкурирующих фирм, можно сказать что в 2016 году лидирующие позиции занимал ООО «УМК» и Агропромышленная компания Золотое поле . В 2017 году ситуация изменилась и лидерами стали «УМК» и Племязавод Новая жизнь им. И.М.Семенова. В 2018 году ситуация опять изменилась и лидерами стали вновь ООО «УМК»и Агропромышленная компания Золотое поле, в то время как Племязавод Новая жизнь им. И.М.Семенова довольно сильно снизил свои позиции.

(Слайд 10) В таблице представлены укрупненные критерии оценки отдельных конкурентных позиций ООО «УМК», из чего следует, что ООО «УМК» имеет достаточно высокий потенциал роста. Следует отметить, что анализируемая организация предлагает продукцию хорошего качества и фактически ничем не уступает конкурентам. Проведенный анализ сложившейся ситуации показал, что ООО «УМК» занимает достаточно хорошие позиции на рынке.

(слайд 11) Результаты анализа, представленного в главе 2, позволяют характеризовать ООО «УМК» как хозяйствующий субъект, занимающий стабильные конкурентные позиции среди аналогичных компаний Тульской области. Вместе с тем предлагается для повышения её конкурентоспособности разработать и реализовывать стратегию развития ООО «УМК. Период действия стратегии – 2019-2021 г.г. Предлагаемая стратегия развития для анализируемого предприятия может быть сформулирована следующим образом: «Удержание и последующее расширение позиций ООО «УМК» на рынке услуг по продаже молочной продукции». К мероприятиям по защите существующей доли рынка (82 %) отнесем:

- внедрение логистических функций в обязанности директора;
- внедрение отдела логистики;
- открытие удаленного склада и фирменного магазина.

(Слайд 12) Основными этапами по внедрению отдела логистики являются:

1. Формирование организационной структуры управления логистической компании.

2. Подготовка персонала отдела логистики и маркетинга к решению актуальных логистических задач.

3. Линейно-функциональная структура управления логистикой.

(Слайд 13) Реализация предложенных мероприятий, обеспечит экономический эффект – 33%.

(Слайд 14) Таким образом, цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.