

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ВКР – **«Разработка рекомендаций по повышению конкурентоспособности торгового предприятия».**

Тема данной работы является не только **актуальной**, но и **практичной**, ведь существование многих организаций зависит от методов ведения конкурентной борьбы. Сама же конкурентная борьба, позволяет выявить из множества организаций передовых лидеров, компании, ведущие наиболее сильную конкурентную борьбу, и по праву сильнейшего, занимающих наивысшие позиции на рынке.

Слайд 2

Цель выпускной квалификационной работы – разработка плана мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия розничной торговли запчастями для цифровой техники в г. Санкт-Петербург.

Объект исследования - ООО «ГАДЖЕТ ЭЛЕМЕНТ».

Предмет исследования – методы повышения конкурентоспособности предприятия.

Методологической основой при разработки темы послужили методы: метод экспертной оценки конкурентоспособности, SWOT-анализ ABC-анализ, XYZ-анализ, анализ экономической эффективности на основе данных бухгалтерского баланса.

Задачи данной работы Вы можете увидеть на данном слайде.

Структура выпускной квалификационной работы состоит из введения, четырех глав, заключения, списка используемой литературы.

Слайд 3

Компания «Gadgetparts» берёт своё начало в 2011 году, когда перспективное направление на рынке запчастей было практически свободно, в то время как спрос был достаточно велик. В основном его удовлетворяли поставщики из Москвы, и мелкие перекупщики в Санкт-Петербурге, но по настоящему большой Питерской компании в нашем городе не было. Исходя из данных возможностей, в 2011 году было принято решение об открытии оптово-розничной компании «Gadgetparts».

Были проанализированы сильные и слабые стороны компании, а также её возможности и угрозы от внешней среды.

Слайд 4

Одним из важнейших показателей экономической эффективности предприятия является товарооборот. В его состав входит сумма продаж через розничную торговую сеть, а также продажа товаров организациям. Для наглядности динамики

товарооборота мы представили его в виде графика, где будут отображены выручка, себестоимость и прибыль.

Слайд 5

Рассмотрим график рентабельности, чтобы определить, как сильно она менялась на протяжении аналогичного периода времени.

Можно сказать, что компания постепенно увеличивает прибыль, наращивая объёмы продаж, и стабилизирует уровень рентабельности.

Слайд 6

Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности подразумевает под собой решение проблем компании, выявленных в аналитической части.

Одной из возможностей повышения конкурентоспособности, является расширение ассортимента.

Для проведения ABC-анализа были использованы данные по 24 товарным позициям и проанализированы их продажи в таблице 21. Полученные результаты надо поделить на 3 категории:

А – наиболее ценная группа товаров, которая приносит 80% прибыли;

В – промежуточная группа товаров, которая приносит 15% прибыли;

С – наименее ценная группа товаров, приносит всего прибыли – 5%.

Слайд 7

После проведенного ранжирования по продажам, были соотнесены количество проданных товаров, с тем количеством товара, которое ежемесячно хранится на складе, и посчитаны объём их реализации.

Слайд 8

Для проведения XYZ-анализа будут использоваться данные по продажам за первый квартал 2018 года.

К группе X относятся более половины товаров 56%. Это является очень хорошим показателем, так как показывает постоянство спроса на данные товарные группы.

К группе Y относятся 36,5% ассортимента. Товары данной группы отличаются недостаточной стабильностью.

К группе Z относятся всего 7,5% ассортимента. Это очень хороший показатель, свидетельствующий о крайне низком проценте товаров, с высоким коэффициентом вариации.

Слайд 9

На основании полученных данных о необходимом запасе товаров, можно определить необходимую периодичность заказа .

Слайд 10

По результатам расчётов видна разница между текущим товарным запасом и необходимым товарным запасом. Для повышения эффективности экономической деятельности компании, следует сократить текущий товарный запас, а высвободившиеся деньги направить на увеличение ассортимента, и разработку стратегий повышения конкурентоспособности.

Слайд 11

Сравним экономическую эффективность предложенных методов повышения конкурентоспособности. За изначальные, будут приняты усредненные показатели предприятия за последние полгода, начиная с октября 2017 и заканчивая мартом 2018.

Рассматривая стратегию совершенствования закупочной деятельности, за счёт оптимизации размера заказа, стоит сказать о огромной пользе для компании. За счёт её применения, высвобождается большое число оборотных средств, которые можно пустить на дальнейшее развитие конкурентоспособности, расширение ассортимента и т.п. Также разгружаются складские площади, и совершенствуется распределение товаров по магазинам.

Оценка экономической эффективности наглядно представлена.

Слайд 12

Повышение конкурентоспособности за счёт выбранных методов будет оправданно. Были исправлены слабые стороны компании, а именно отсутствие дополнительных услуг и улучшена закупочная политика компании, что позволит ей выйти на новый уровень в отношении конкурентов.

Слайд 13.

Таким образом, в результате использования выбранных мер повышения конкурентоспособности предприятия, будет увеличена прибыль предприятия и его конкурентоспособность. Повышение данных показателей положительно повлияет на деятельность компании и расширит её возможности на данном рынке. Введение дополнительного сервиса, это, во-первых, прекрасная возможность для увеличения количества клиентов, потому что чем шире спектр возможностей компании и предоставляемых ею услуг, тем больше людей захочет обратиться. Во-вторых, это прекрасная возможность увеличить прибыль компании при минимальных затратах. Рассматривая стратегию совершенствования закупочной деятельности, за счёт оптимизации размера заказа, стоит сказать о огромной пользе для компании. За счёт её применения, высвобождается большое число оборотных средств, которые можно пустить на дальнейшее развитие конкурентоспособности, расширение ассортимента

и т.п. Также разгружаются складские площади, и совершенствуется распределение товаров по магазинам.

Целью ВКР являлась разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности предприятия розничной торговли, оценка эффективности внедрения данных методов на предприятие ООО «ГАДЖЕТ ЭЛЕМЕНТ».

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.