

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ОРЕНБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Финансово-экономический факультет

Кафедра экономического управления организацией

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

Совершенствование управления конкурентоспособностью организации

Научный руководитель
канд. эконом. наук, доцент

Е. В. Чмышенко

Студент

С.А. Мельникова

Целью выпускной квалификационной работы является совершенствование конкурентоспособности ООО «Сладкая Жизнь» управления

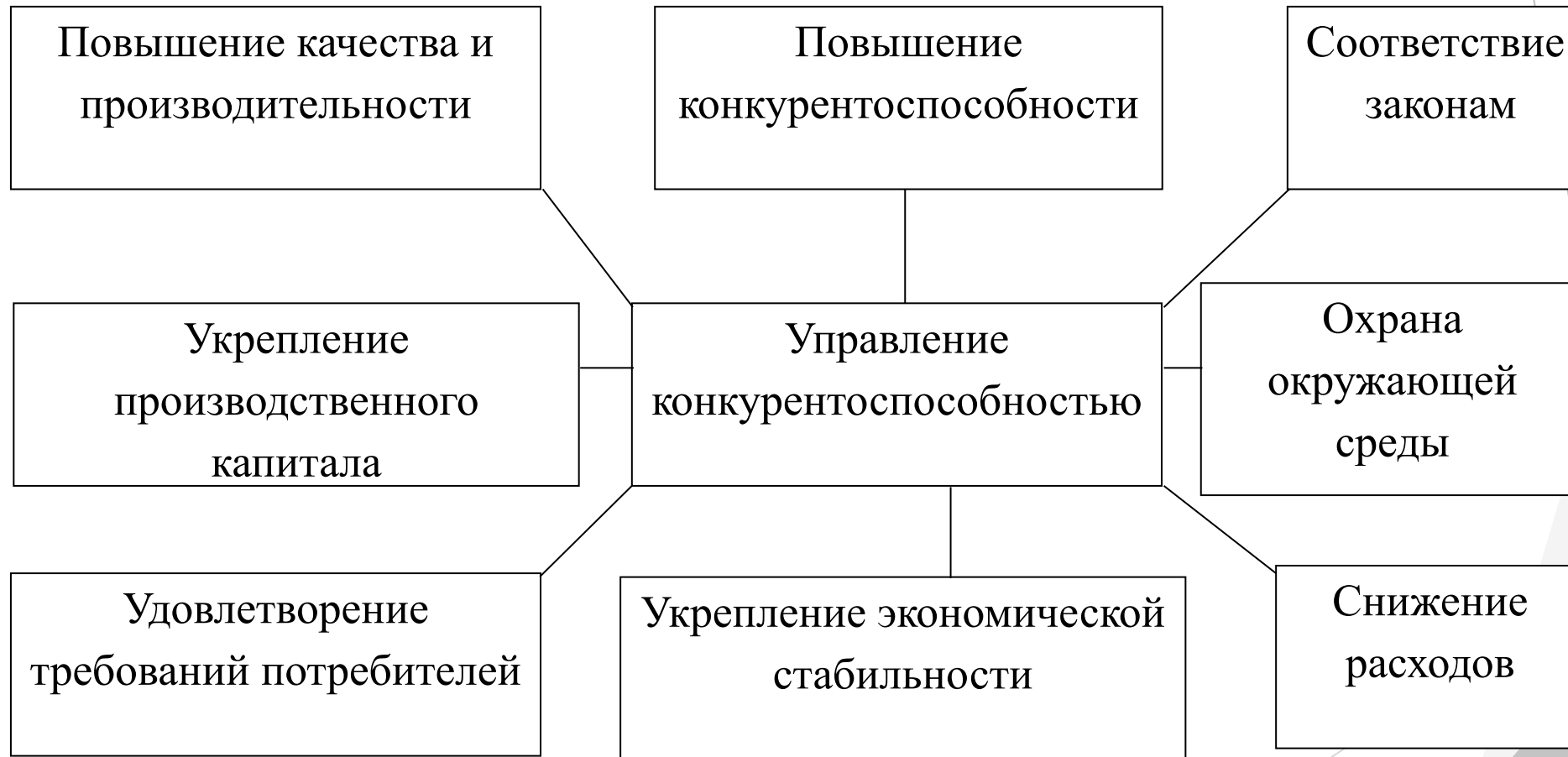
К задачам выпускной квалификационной работы относятся:

- 1) изучить теоретические аспекты управления конкурентоспособности организации;
- 2) провести анализ современного состояния ООО «Сладкая Жизнь»;
- 3) провести анализ конкурентоспособности ООО «Сладкая Жизнь»;
- 4) разработать рекомендации по совершенствованию управления конкурентоспособности организации.

Объект исследования выпускной квалификационной работы организации ООО «Сладкая Жизнь».

Предмет выпускной квалификационной работы особенности управления конкурентоспособности ООО «Сладкая Жизнь».

Элементы управления конкурентоспособностью



Динамика основных показателей 2016-2018гг.

Показатели	Годы			Абсолютн. отклонение, (+,-)		Темп роста, %	
	2016	2017	2018	2017 от 2016 гг.	2018 от 2017 гг.	2017 к 2016 гг.	2018 к 2017 гг.
1	2	3	4	5	6	7	8
1 Выручка, тыс. руб.	1 820	868	1 024	-952	156	0,47	1,18
2 Полная себестоимость продаж, тыс. руб.	1 787	841	998	-946	158	0,47	1,19
3 Прибыль от продаж, тыс. руб.	33	27	26	-6	-1	0,81	0,96
4 Чистая прибыль, тыс. руб.	14	8	7	-6	-1	0,57	0,87
17 Рентабельность продукции, %	1,8	3,2	2,6	x	x	x	x

SWOT-анализ ООО «Сладкая Жизнь»

<p>Внешняя среда</p>	<p>Возможности:</p> <p>1) быстрое развитие отрасли и перспективный рынок сбыта;</p> <p>2) нет зависимость от зарубежных производителей;</p> <p>3) адаптация к изменениям предпочтения потребителей</p>	<p>Угрозы:</p> <p>1) ужесточение мнения государства в области защиты прав потребителей;</p> <p>2) обрушение курса рубля;</p> <p>3) вход новых конкурентов в отрасль</p>
<p>Внутренняя среда</p> <p>Сильные стороны:</p> <p>1) обширная номенклатура;</p> <p>2) длительные контракты с постоянными покупателями;</p> <p>3) приверженность поставщиков и их разнообразие;</p> <p>4) участие в выставках и сотрудничество с ООО «Урал Экспо»</p>	<p>Поле «СИБ»:</p> <p>3-2 разработка и вывод нового товара на рынок;</p> <p>2-1 упор на производственные мощности;</p> <p>1-3 расширение и выход на новую аудиторию</p>	<p>Поле «СИУ»:</p> <p>2-1 выделение средств в новые проекты организации;</p> <p>4-3 увеличение кол-ва выставка для поднятия выручек;</p> <p>3-2 адаптация к меняющимся условиям и запас сырья</p>
<p>Слабые стороны:</p> <p>1) зависимость от сырья;</p> <p>2) ломающиеся транспортный средства;</p> <p>3) практически полное отсутствие маркетинга;</p> <p>4) высокий износ основных средств организации</p>	<p>Поле «СЛВ»:</p> <p>3-3 разработка стратегии продвижения;</p> <p>2-1 обновление транспортных средств и производственных мощностей;</p> <p>1-2 поиск запасных поставщиков сырья</p>	<p>Поле «СЛУ»:</p> <p>3-3 корректировка ситуации в нише, путем мониторинга</p> <p>3-2 пересмотр цен на продукцию, применение скидок</p> <p>4-3 покупка нового оборудования с целью опережения появления новых конкурентов</p>

Структура ассортимента конкурентов по объему выпуска продукции за 2018г.

Вид продукции	ООО «Сладкая жизнь»		ООО «Чак-чак»		ООО «Деметра»		ООО «Пирогофф»	
	т.	%	т.	%	т.	%	т.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
«Чак-Чак» (медовый, кунжут, кокос, грецкий орех, изюм и курага)	0,486	42	3,110	36	1,458	48	0,272	56
Хворост	0,092	8	0,864	10	0,091	3	х	х
Батончики (медовые, шоколадные)	х	х	0,173	2	х	х	х	х
Лапша (домашняя, для бишбармака)	0,208	18	1,901	22	0,668	22	0,073	15
Мёд	0,139	12	2,073	24	0,213	7	0,083	17
Пахлава	0,115	10	х	х	0,304	10	0,058	12
Торты	0,116	10	0,518	6	х	х	х	х
Итого видов продукции:	6		6		5		4	

Сравнительная оценка характеристик конкурентоспособности организации ООО «Сладкая Жизнь»

Факторы конкурентоспособности	ООО «Сладкая Жизнь»		Конкуренты					
	Факт	Балл	ООО «Чак чак»		ООО «Пирогофф»		ООО «Деметра»	
			Факт	Балл	Факт	Балл	Факт	Балл
Доставка	Есть	5	Есть	5	Нет	0	Нет	0
Ассортимент	Широкий	5	Средний	5	Узкий	4	Узкий	3
Система скидок	Есть	5	Есть	5	Есть	5	Нет	0
Реклама	Мало	3	Много	5	Достаточно	4	Очень мало	2
Выручка (2018г)	1 024 тыс. руб	2	56,3 млн	5	14,6 млн.	4	232 тыс. руб.	3
Коэф ликвидности	0,8	2	12,2	5	1,4	5	1,1	3
Норма чистой прибыли, %	0,9	2	7	4	4,5	3	49,1	5
Рентабельность продаж	0,2	2	8,4	4	1,2	3	46,3	5
Итого		21		38		28		21

Предложения по совершенствованию управления конкурентоспособностью на предприятии

**1 Рекомендации по переоснащению производства
на предприятии**

**2 Совершенствование сбыта для получения
конкурентных преимуществ**

3 Разработка и вывод нового продукта на рынок

Капитальные затраты на приобретение оборудования

Наименование оборудования	Количество	Стоимость, руб.	
		Цена за 1, руб.	Всего, руб.
Морозильный ларь Polair F-600	2	25 414	50 828
Миксер Планетарный JEJE PTY J-30 ВФ	1	36 030	36 030
Пароконвектомат ПКА6-1/1ПМ	1	90 250	90 250
Итого стоимость оборудования			177 108
Транспортные затраты (10%)			17 710,8
Установка оборудования (5%)			8 855,4
Капитальные затраты на оборудование			203 674,2

Показатели эффективности от переоснащения производства

Показатели	Стоимость в тысячах рублях
Выручка в 2018 году	1 024
Затраты на приобретения нового оборудования	203
Прибыль после внедрения нового оборудования	204
Прогноз выручки в 2019 году после переоснащения производства	1 228,8

Показатели эффективности от участия в выставке

Показатели	Стоимость в тысячах рублей
Выручка в 2018 г.	1 024
Затраты, связанные с участием в выставке (12 раз в год)	102
Прибыль после увеличения количества участия в выставках	1 474,56
Прогноз выручки в 2019 году после участия в выставках	2 498,56

Показатели эффективности от размещения рекламной кампании в интернете

Показатели	Стоимость в тысячах рублей
Выручка в 2018 г.	1 024
Затраты, связанные с размещением рекламной кампании	173,01
Прибыль после размещения рекламной кампании в интернете	1 389,555
Прогноз выручки в 2019 году после размещения рекламной кампании в интернете	2 413,555

Показатели эффективности от продажи новой продукции

Показатели	Стоимость в тысячах рублей
Выручка в 2018 г.	1 024
Затраты, связанные разработкой и выпуском новой продукции	150, 420
Прибыль после продаж партнерам новой продукции	194, 159
Прогноз выручки в 2019 году после продаж партнерам новой продукции	1 218, 159

Сводные затраты и результаты по всем мероприятиям, тыс. руб.

Мероприятие	Затраты, тыс. руб.	Прибыль, тыс. руб.
Переоснащение производства на предприятии	203, 7	204, 3
Увеличение участия в выставках	102	1 474, 56
Размещение рекламной кампании в интернете	173, 01	1 389, 56
Разработка и выпуск новой продукции	150, 420	194, 519
Итого:	629, 13	3 262, 939

Благодарю за внимание!