

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Институт финансов, экономики и управления

(наименование института полностью)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки / специальности)

Логистика и управление цепями поставок

(направленность (профиль) / специализация)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Повышение конкурентоспособности организации на основе принципов
логистики

Обучающийся

Л.Р. Бурханетдинова

(Инициалы Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель

канд. экон. наук, доцент С.Ю. Данилова

(ученая степень (при наличии), ученое звание (при наличии), Инициалы Фамилия)

Тольятти 2023

Аннотация

Бакалаврскую работу выполнила: Л.Р. Бурханетдинова.

Тема работы: «Повышение конкурентоспособности организации на основе принципов логистики».

Научный руководитель: доцент С.Ю. Данилова.

Цель работы заключается в повышении конкурентоспособности предприятия на основе применения принципов логистики.

Объектом исследования является ООО «Строймонолит».

Предметом исследования является повышение конкурентоспособности предприятия на принципах логистики.

В первом разделе работы описывается понятие и сущность конкурентоспособности предприятия. Рассматриваются понятие «конкурентоспособность» различных авторов, признаки, формы и уровни развития. Изучены основные принципы логистики и рассмотрены пути повышения конкурентоспособности на основе применения данных принципов.

Во втором разделе работы дается организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Строймонолит» за три года, описывается организационная структура управления. Проводится анализ конкурентоспособности предприятия в настоящее время, оценивается использование логистических принципов на предприятии, выявляются недостатки.

В третьем разделе работы предлагаются мероприятия направленные на повышение конкурентоспособности предприятия на основе применения принципов логистики.

Структура работы включает в себя введение, три раздела, заключение, список используемой литературы, три приложения. Общий объем работы 52 стр.

Содержание

Введение.....	4
1 Теоретические основы повышения конкурентоспособности организации ...	6
1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности организации.....	6
1.2 Логистические принципы и их влияние на повышение..... конкурентоспособности организаций.....	13
2 Оценка конкурентоспособности ООО «Строймонолит».....	19
2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Строймонолит»	19
2.2 Анализ конкурентоспособности ООО «Строймонолит».....	26
3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «Строймонолит» на основе принципов логистики.....	35
3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО «Строймонолит» на основе принципов логистики.....	35
3.2 Расчет экономической эффективности от предлагаемых мероприятий ...	41
Заключение	48
Список используемых источников.....	50
Приложение А Отчет о финансовых результатах ООО «Строймонолит» за 2021–2022 гг.....	53
Приложение Б Отчет о финансовых результатах ООО «Строймонолит» за 2020–2021 гг.....	54
Приложение В Бухгалтерский баланс ООО «Строймонолит» за 2020–2021 гг.	55

Введение

Актуальность выбранной темы заключается в том, что в современном мире, предприятию любой отрасли, для того чтобы удержаться на конкретном рынке необходимо непрерывно повышать свою конкурентоспособность. Необходимо совершенствовать работу с потребителями, разрабатывать критерии оценки поставщиков, оптимизировать логистические процессы предприятия и сокращать затраты на производство и реализацию продукции.

Цель работы заключается в повышении конкурентоспособности предприятия на основе применения принципов логистики.

Для достижения поставленной цели, необходимо решить ряд задач:

- изучить теоретические аспекты повышения конкурентоспособности на предприятиях с применением принципов логистик;
- провести анализ организационно-экономической характеристики предприятия ООО «Строймонолит»;
- провести оценку конкурентоспособности предприятия и выявить недостатки;
- разработать мероприятия направленные на повышение конкурентоспособности предприятия на основе принципов логистики;
- провести расчет экономической эффективности предложенных мероприятия.

Объектом исследования является ООО «Строймонолит».

Предметом исследования является повышение конкурентоспособности предприятия на принципах логистики.

В первом разделе работы описывается понятие и сущность конкурентоспособности предприятия. Рассматриваются понятие «конкурентоспособность» различных авторов, признаки, формы и уровни развития. Изучены основные принципы логистики и рассмотрены пути

повышения конкурентоспособности на основе применения данных принципов.

Во втором разделе работы дается организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Строймонолит» за три года, описывается организационная структура управления. Проводится анализ конкурентоспособности предприятия в настоящее время, оценивается использование логистических принципов на предприятии, выявляются недостатки.

В третьем разделе работы предлагаются мероприятия направленные на повышение конкурентоспособности предприятия на основе применения принципов логистики.

Структура работы включает в себя введение, три главы, заключение, список используемой литературы, три приложения. Общий объем работы 52 стр.

1 Теоретические основы повышения конкурентоспособности организации

1.1 Понятие и сущность конкурентоспособности организации

Рассматривая конкуренцию со стороны предприятия и потребителей, можно сказать, что она является рычагом управления производственной деятельности компании с целью объединения запросов потребителей и возможности организации по их закрытию с максимальным качеством и минимальной ценой. В условиях современного рыночного механизма регулирования экономики невозможно эффективно функционировать на рынке, не учитывая принципы конкурентоспособности компании.

С экономической точки зрения конкуренцию можно рассматривать как процесс взаимодействия между производителями и поставщиками с целью соперничества за клиентов за счет создания наиболее выгодных условий производства.

Таким образом, конкуренцию можно охарактеризовать в общих чертах как взаимодействие, соперничество участников рынка- хозяйственных и иных единиц с целью достижения одной и той же цели. В данном случае конечным результатом конкурентного взаимодействия является увеличение размера прибыли предприятия.

Признаки конкурентного взаимодействия включают следующие позиции:

- хозяйствующие субъекты соперничают между собой с целью занять максимально выгодную рыночную позицию, что в конечном итоге, выражается в стремлении занять наиболее прибыльную рыночную долю;
- стратегии организации в целях повышения конкурентоспособности и практические пути их реализации различаются. Это может объяснять тем, что каждое предприятие имеет

ограничения в финансовых, производственных, кадровых, юридических ресурсах;

– стратегии компании постоянно модернизируются и обновляются в зависимости от внешних условий функционирования. Это осуществляется с целью стабилизации уже занятых позиций или их улучшения. Здесь стоит отметить, что продолжительность одной стратегии зависит не только от внешних условия и действий самого объекта хозяйствования, но и от действий конкурентов;

– конкурентное соперничество может давать как положительные, так и отрицательные результаты. «Стратегический успех даст возможность компании контролировать рыночные силы в рамках конкурентного взаимодействия. Стратегические неудачи могут привести к потере рыночных позиций компании и даже выходу ее из отрасли. В этом случае может помочь грамотные управленческие решения и смена стратегии» [7, с. 12];

– «акции и контракции организаций–соперников, в конечном счете, выливаются в создание новых условий рынка: логистические стратегии предприятий–соперников в конкурентной борьбе воздействуют на рынок, а рынок, в свою очередь, заставляет предприятия принимать такие логистические стратегии, которые могут принести успех в сложившихся условиях» [8, с. 142].

В условиях современного этапа развития конкурентоспособности действующих коммерческих организаций заставляет их постоянно находить новые пути повышения качества продукции или услуг, а также снижения цены. При этом из-за дефицита производственных, финансовых и кадровых ресурсов, компании прибегают к упрощению конструктивных решений товара.

Выделяют следующие формы конкурентоспособности компаний:

- «предметная, которая предполагает конкуренцию между аналогичными товарами и услугами в рамках ассортиментной группы, которые способны удовлетворять одни и те же потребности;
- функциональная, в данном случае говорится о конкурентоспособности между товарами заменителями» [12, с. 14].

Уровни, на которых предприятие может повышать свою конкурентоспособность, представлены на рисунке 1.

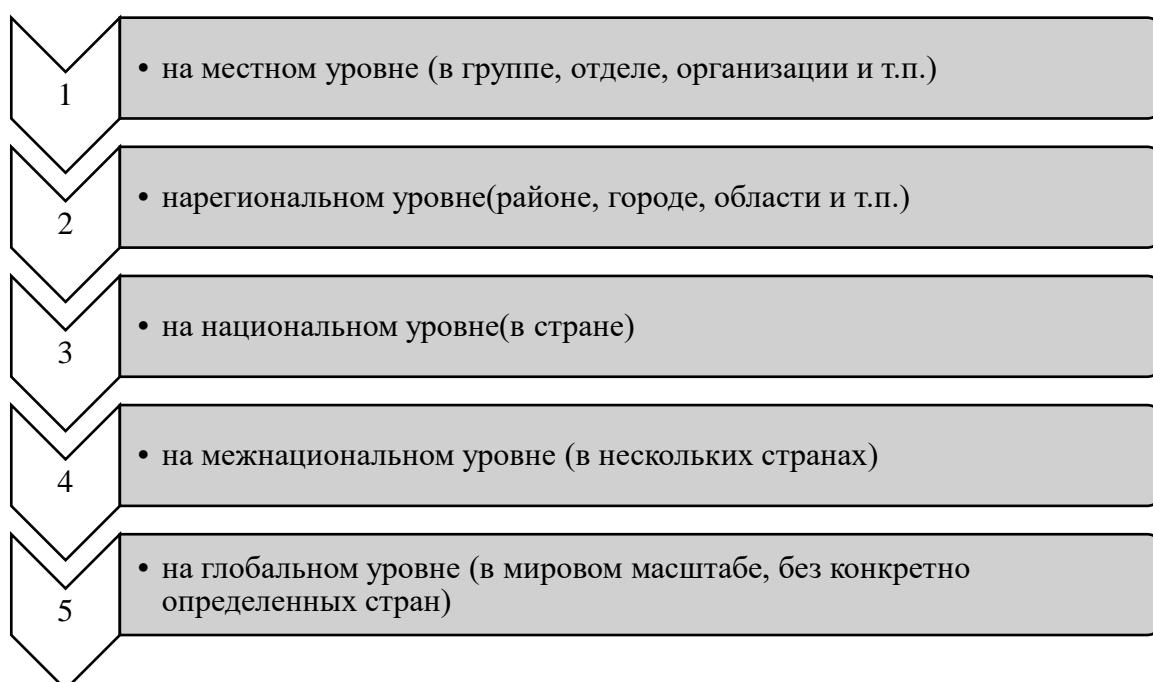


Рисунок 1 – Уровни повышения конкурентоспособности предприятия

«Варианты изменения силы конкурентоспособности между организациями, следующие:

- конкурентоспособность усиливается с увеличением количества соперничающих организаций;
- конкурентоспособность усиливается, когда крупная организация присоединяет другую крупную организацию и принимает решительные меры по выводу ее в лидеры;
- конкурентоспособность сильна, когда спрос на товар растет медленно;

- конкурентоспособность усиливается, когда условия хозяйствования в отрасли толкают организацию на снижение цены или на применение других средств увеличения объема продаж;
- конкурентоспособность усиливается, когда затраты покупателей при переходе с потребления одной марки на другие невелики;
- конкурентоспособность усиливается, когда одна или несколько организаций не удовлетворены своей долей рынка;
- конкурентоспособность усиливается пропорционально росту прибыли от успешных решений;
- конкуренция усиливается, когда затраты на выходе из рынка велики, высоки барьеры;
- ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии фирм различаются в значительной мере и открыты большинству» [4, с. 57].

Также стоит отметить, что сегодня нет единого методологического подхода к определению понятия конкуренции. Одни авторы под данным термином понимают только соперничество отдельных хозяйствующих субъектов с целью стабилизации на рынке и увеличение прибыли. Иные авторы считают, что конкурентоспособность — способность компании предоставить рынку лучшее предложение по сравнению с конкурирующими объектами.

В.И. Беляев конкурентоспособность рассматривает в следующих аспектах:

- «соперничество, борьбу за достижение лучших результатов на каком– либо поприще; борьбу между товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров, за получение наивысшей прибыли;
- состязание экономических субъектов на товарном рынке, при котором ни один из них не в состоянии оказать решающего влияния на

общие условия реализации однородного товара на данном рынке» [1, с. 15].

А. П. Карасев дает следующее определение рассматриваемому понятию: «Конкурентоспособность – процесс управления субъектом своими конкурентными преимуществами для содержания победы или достижения других целей в борьбе с конкурентами за удовлетворение объективных и/или субъективных потребностей в рамках законодательства либо в естественных условиях. Конкурентоспособность – состязательность, соперничество, напряженная борьба юридических или физических лиц за покупателя, за свое выживание в условиях действия жесткого закона конкурентоспособности как объективного процесса «вымывания» некачественных товаров в рамках антимонопольного законодательства» [14, с. 25].

С.В. Карпова утверждает, что «рыночная конкурентоспособность – борьба организаций за ограниченный объем платежеспособного спроса потребителей, ведущаяся ими на доступных сегментах рынка. Вместе с тем, по ее мнению, до сих пор в мире отсутствует единое понятие конкурентоспособности, и в монографии «Конкуренция: теория и практика» констатирует, что устоявшейся и общепризнанной во всем мире терминологии в теории рыночной конкуренции пока нет» [16, с.142].

Проанализировав вышеизложенные определения от различных современных авторов, можно выделить следующие аспекты конкурентоспособности предприятий на рынке функционирования:

- конкурентоспособность предполагает усовершенствование продукции для потребителей, которая даст возможность продать товары или услуги компании;
- конкурентоспособность отражает степень удовлетворенности потребителя;
- конкурентоспособность можно охарактеризовать определенными параметрами, например, объемами продаж в динамике;

- конкурентоспособность товара зачастую выражается в относительных величинах при сопоставлении товара компании с аналогичными товарами конкурентов, например, технические и эксплуатационные характеристики;
- конкурентоспособность характеризуется прогнозируемой математической величиной.

«Как было доказано многими экономистами, конкурентоспособность организации является движущей силой развития общества, главным инструментом экономии ресурсов, повышения качества товаров и уровня жизни населения. Поэтому конкурентоспособность организации – очень сложное и многоплановое понятие, которое необходимо изучить и уточнить в условиях российской экономики» [17, с. 89].

«В научной литературе, которые посвящены исследованию вопросов конкурентоспособности есть несколько подходов к ее определению. Отечественные специализированные источники раскрывают конкурентоспособность исключительно как состязательность на рынке. В зарубежной литературе конкурентоспособность рассматривается как элемент рыночного механизма, который максимально эффективно дает возможность уравновесить спрос и предложение на конкретном рынке» [13, с. 5]. «Этот подход определяет конкурентоспособность как критерий, по которому определяется тип отраслевого рынка, и основывается на современной теории морфологии рынка» [16, с. 54].

«Конкурентоспособность товара или услуги характеризуется свойством объекта, которая способна удовлетворить конкретные потребности реального или потенциального клиента по сравнению с аналогичными объектами потребления. То есть, конкурентоспособность товара или услуги говорит о способности объекта рынка выдерживать конкуренцию среди аналогичных объектов на рынке» [13, с. 10].

М.Н. Григорьев говорит о трех методах к определению категории конкурентоспособности компании:

- «присутствие самостоятельной мотивации к активной деятельности на отраслевом рынке с стремлением к положительному результату;
- наличие или поиск необходимых ресурсов для реализации маркетинговой стратегии;
- возможность и способность противостоять главным соперникам на рынке» [7, с. 75].

«Европейский форум по проблемам управления определил, что «конкурентоспособность – это реальная и потенциальная возможности фирм в существующих для них условиях проектировать, изготавливать и сбывать товары, которые по ценовым и неценовым характеристикам более привлекательны для потребителя, чем товары их конкурентов». Недостаток этого определения заключается в том, что оно касается только товара и учитывает только ценовые и неценовые характеристики» [12, с. 56].

«Конкурентоспособность организации определяется по отношению к конкретному рынку либо к конкретной группе потребителей, формируемой по соответствующим причинам стратегической сегментации рынка» [10, с. 47].

«На сегодняшний день конкурентоспособность организации можно определить, как состояние, характеризующее реальную и потенциальную возможность выполнения своих функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников. По своей сути она остается понятие экономическим, и наиболее правильное ее применение именно к экономическим объектам» [20, с. 189].

«В результате анализа и сопоставления различных подходов определению понятия «конкурентоспособность предприятия» можно сделать вывод о том, что конкурентоспособность предприятия – это сложная экономическая категория, которая отражает состояние, характеризующее реальную или потенциальную возможность выполнения своих

функциональных обязанностей в условиях возможного противодействия соперников» [4, с. 72].

1.2 Логистические принципы и их влияние на повышение конкурентоспособности организаций

Учитывая новые условия функционирования на рынке, который характеризуется активно развитым механизмом регулирования за счет конкурентоспособности, а также современный подход к построению системы управления компании, использование логистических концепций в современных предприятиях играет одну из первоочередных задач.

Стоит отметить, что базовые цели внедрения и развития системы логистики хозяйствующего субъекта заключается в предоставлении компании более гибких условий функционирования за счет быстрого реагирования на изменения внешней среды. Также «эффективная логистика дает ряд преимуществ организации перед конкурентами за счет оптимизации потоковых процессов, сокращение расходов, и в конечном итоге снижения стоимости товаров или услуг» [3, с. 18].

«Современная логистика – уникальная область экономики и человеческой деятельности. Она охватывает и объединяет в единый процесс такие виды деятельности, как информационный обмен, транспортировка, управление запасами, складским хозяйством, грузопереработка и упаковка» [22, с. 124].

«В прикладном значении логистика предприятия все в большей степени рассматривается как интегрированный процесс, призванный содействовать созданию потребительской стоимости с наименьшими общими издержками. Интерес к развитию логистики в промышленно развитых странах связан прежде всего с причинами экономического характера. В условиях, когда рост объемов производства и расширение внутринациональных и микрохозяйственных связей привели к увеличению

издержек сферы обращения, внимание предприятий сконцентрировалось на поиске новых форм оптимизации рыночной деятельности и сокращения затрат в данной сфере» [14, с. 16].

«Использование принципов логистики позволяет организациям повышать свою экономическую эффективность, а также конкурентоспособность по сравнению с другими организациями» [3].

«Принцип – основное, исходное положение какой-либо теории, учения, науки» [11, с. 15]. Рассмотрим основные логистические принципы, которые лежат в основе решения различных проблем в деятельности организации:

Основные логистические принципы представлены на рисунке 2.



Рисунок 2– Принципы логистики хозяйствующего субъекта

В соответствии с рисунком 2 рассмотрим каждый из представленных принципов более подробно.

Принцип обратной связи говорит о том, что все участники логистической системы должны постоянно обмениваться информацией о происходящий потоковых процессов. При возникновении проблем, их решение находится совместными усилиями. Для выполнения данного принципа необходимо внедрение и использование информационных систем, которые способны структурировать и быстро передавать информацию.

Следующий принцип информационно-компьютерной поддержки вытекает из предыдущего и предполагает использование современных высокотехнологичных систем, которые дают возможность эффективно

управлять запасами на предприятии, вовремя обрабатывать входящие заказы и осуществлять их доставку. Данный принцип достаточно сильно влияет на конкурентоспособность компании и ее продукции за счет повышения лояльности клиентов.

Принцип системности подразумевает совместную работу всех участников логистической системы для эффективного выполнения поставленных задач и целей.

Принцип минимизации издержек направлен на постоянный поиск минимизации имеющихся издержек за счет их анализа и использования новых резервов для их снижения. За счет этого себестоимость продукции и ее конечная стоимость падает, что является основным финансовым рычагом в повышение конкурентоспособности компании.

Принцип всеобщего управления качеством продукции иди услуг на всем протяжении логистических операций подразумевает контроль соответствия продукции и услуг установленным стандартам, нормам на всех логистических этапах.

Принцип гибкости включает, обязательное условия мобильности производительности и поставщика в соответствии с меняющимися условиями функционирования.

«Принцип надежности поставок говорит о создании таких организационно-экономических условий, которые дадут возможность обеспечить бесперебойное снабжение компании необходимыми материальными ресурсами и следование графиков поставок конечной продукции» [10, с. 81].

«Принцип моделирования логистических систем включает построение и использования высокоэффективных системы с использованием математических, экономических, имитационных и графических моделей» [10, с. 12].

«Принцип непрерывности предполагает постоянный анализ и улучшение показателей функционирования логистической системы» [10, с. 14].

«Принцип устойчивости и адаптивности характеризуется устойчивостью логистической системы под воздействием внешней и внутренней среды» [10, с. 15].

Принцип кооперации предполагает совместное активную деятельность всех участников логистической системы.

Принцип инициативности говорит о необходимости проявления инициативы от каждого участника логистической системы в разработке новых предложений для повышения эффективности логистической системы компании.

«Принцип вариативности и полного удовлетворения запросов потребителей основан на том, что для повышения эффективности и конкурентоспособности компании и ее продукции необходимо рассматривать несколько вариантов решения проблем, которые могут возникнуть в логистической системе до полного удовлетворении запросов потребителей» [10, с. 21].

«Использование вышеобозначенных логистических принципов позволяет уменьшить общие издержки, повысить качество продукции и ее доставки, давая организации постоянное лидерство на рынке» [18, с. 157].

Таким образом, можно сказать, что «логистика играет важнейшую роль в современном мире. Она улучшает материальное положение предприятия. Хорошо выстроенная логистическая концепция ведет к большой прибыльности, и, к большому спросу, обходя конкурентов» [21, с.158].

«Логистика охватывает многие сферы деятельности, такие как производство, информационный обмен, транспортировку, управление закупками и запасами, складирование, грузопереработку, упаковку и т. д. В современном бизнесе, характеризующемся жесткой конкуренцией, логистика играет одну из важных ролей в потребительском сервисе. Сейчас стали даже

применять термин «логистический сервис». Сервис становится решающим элементом стратегий фирм, и усиливает взаимодействие логистики и маркетинга, так как в условиях жесткой конкуренции именно уровень сервиса оказывается главным аргументом для потребителя» [24, с. 36].

«В современных условиях достижение конкурентных преимуществ в сервисе заключается в предоставлении большего числа сервисных услуг и повышении их качества. Высокие издержки по хранению материальных запасов совместно с низкими издержками на транспорт, дают возможность многим компаниям уменьшить издержки распространения путем централизации этих запасов. Финансовые средства, сэкономленные за счет уменьшения капитала, связанного в рассредоточенных материальных запасах, компенсируют высокие издержки по их быстрой доставке грузовым или авиатранспортом» [25, с. 17].

«Логистика обладает большим потенциалом для оптимизации многих процессов на предприятии, таких как снабжение, производство, маркетинг, организация продаж» [3, с. 59]. Она способствует снижению общих затрат, посредством логистических операций (ввод скидок, предоставление акций на готовую продукцию) и в конечном итоге, повышает конкурентоспособность хозяйствующих субъектов».

Таким образом, в первом разделе работы рассматривается понятие и сущность конкурентоспособности предприятия, изучается понятие «конкурентоспособность» различных авторов, признаки, формы и уровни развития. Изучены основные принципы логистики и рассмотрены пути повышения конкурентоспособности на основе применения данных принципов.

2 Оценка конкурентоспособности ООО «Строймонолит»

2.1 Организационно-экономическая характеристика ООО «Строймонолит»

ООО «Строймонолит» – транспортная компания, которая предлагает услуги в сфере перевозки грузов клиентов, а также их хранения.

Юридический адрес компании: 445030, Самарская обл., Тольятти г, 40 лет Победы ул., дом № 17В.

Основной вид деятельности по ОКВЭД: 49.41 - Деятельность автомобильного грузового транспорта.

ООО «Строймонолит» специализируется на внутригосударственных перевозках, преимущественно в Поволжском округе. Услуги предоставляются как физическим, так и юридическим лицам.

Таблица 1 - Виды услуг компании ООО «Строймонолит»

Виды услуг ООО «Строймонолит»	Характеристика
Перевозка грузов физическим лицам	Данный вид услуг подразумевает доставку груза физического лица. В основном в виде груза выступает мебель, крупногабаритная бытовая техника и стройматериалов. При оформлении заказа предоставляется накладная на виды оказанных услуг с обозначением цены заказа. Специалисты перед оформлением заказа разрабатывают максимально удобный и короткий маршрут доставки, что позволяет минимизировать затраты как для клиентов, так и для компании. Осуществляется контроль доставки на большие расстояния на сохранность груза. При его повреждении выплачивается страховка.
Перевозка грузов юридическим лицам	За каждым юридическим лицом закрепляется персональный менеджер, который предоставляет доступ в личный кабинет клиента. Это дает возможность заказчику самостоятельно проследить путь груза от заказчика до получателя. Грузы также страхуются, при необходимости возможно организация упаковки заказа, а также его временное хранение на складах компании.

Продолжение таблицы 1

Виды услуг ООО «Строймонолит»	Характеристика
Складское хранение	ООО «Строймонолит» предлагает складское хранение грузов как на короткий, так и на длительный срок. Гарантируется предоставления оптимальных условий хранения с необходимым температурным режимом.

По таблице 1, видно, что ООО «Строймонолит» предоставляет в основном три вида услуг: грузовые перевозки физическим лицам, грузовые перевозки юридическим лицам и складское хранение. Дополнительные виды услуг — упаковка грузов и их страхование.

Приоритетная цель объекта исследования на ближайшие 5 лет — расширить рынок сбыта своих услуг, увеличить географию работы, а также занять лидирующие позиции на рынке перевозки грузов за счет повышения своей конкурентоспособности.

Для достижения главной цели ООО «Строймонолит» поставил перед сотрудниками компании несколько задач:

- максимально оптимизировать логистические процессы грузоперевозок для сокращения объема издержек;
- повысить качество предоставляемых услуг за счет минимизации процента поврежденных и невовремя доставленных грузов;
- использование современных автоматизированных программ для транспортных и коммуникационных работ.

В стратегических планах компании ООО «Строймонолит» выход на международный рынок. Деятельность в данном направлении предполагает развития международной и торговой сети для возможности выстраивания эффективной транспортной сети.

Для анализа географии работы транспортной компании ООО «Строймонолит» рассмотрим ее структуру, которая представлена на рисунке 3.

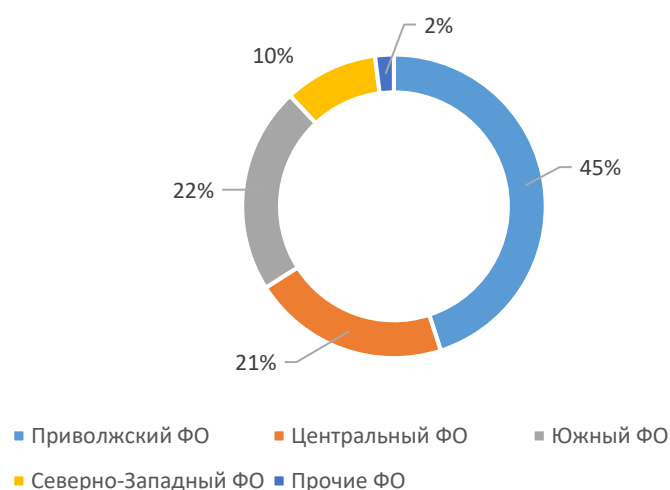


Рисунок 3 — География предоставления транспортных услуг ООО «Строймонолит»

По рисунку 3, видно, что основная география работы ООО «Строймонолит» — регион прибытия Приволжский Федеральный округ (45%). На втором и третьем месте соседние регионы – Центральный Федеральный округ и Южный Федеральный округ, на них приходится 21% и 22% объемов грузоперевозок соответственно. Доля Северо-Западного Федерального округа равна 10%. Остальные 2% приходится на другие регионы РФ.

Далее проанализируем структуру клиентов объекта исследования, которая представлена на рисунке 4.

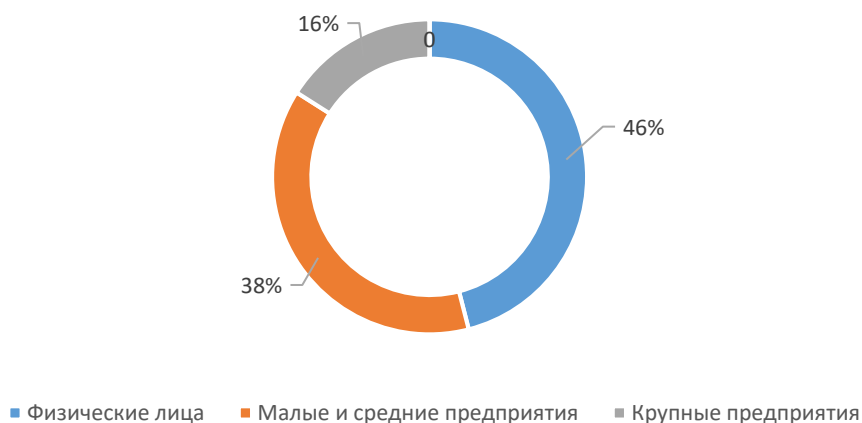


Рисунок 4 — Структура клиентов ООО «Строймонолит»

По рисунку 5, можно сказать, что основные клиенты ООО «Строймонолит» - юридические лица, на их долю приходится 54%, из них 16% - крупные промышленные компании и 38% - малые и средние компании. На долю физических лиц приходится 46% клиентов.

Ниже проанализируем финансово-экономические показатели работы ООО «СтройМонолит», которые представлены в таблице 2 (Приложение А, таблица А.1, приложение Б, таблица Б.1, приложение В, таблица В.1).

Таблица 2 – Основные организационно-экономические показатели ООО «СтройМонолит» на протяжении 2020-2022 гг.

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Изменение			
				2021-2020гг.		2022-2021гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
Выручка, тыс. руб.	1100016	1308016	1759310	208000	18,9	451294	34,5
Себестоимость продаж, тыс. руб.	589064	608064	741118	19000	3,2	133054	21,9
Валовая прибыль (убыток), тыс. руб.	99952	199952	180197	100000	100,0	-19755	-9,9

Продолжение таблицы 2

Показатели	2020 г.	2021 г.	2022 г.	Изменение			
				2021-2020гг.		2022-2021гг.	
				Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %	Абс. изм (+/-)	Темп прироста, %
Управленческие расходы, тыс. руб.	40078	40070	85577	-8	-0,02	45507	113,6
Коммерческие расходы, тыс. руб.	2158	82143	22012	79985	3706,4	-60131	-73,2
Прибыль (убыток) от продаж, тыс. руб.	77739	77739	210608	0	0	132869	170,9
Чистая прибыль, тыс. руб.	254265	345283	563400	91018	35,8	218117	63,2
Основные средства, тыс. руб.	10	20	50	10	50,0	30	150
Оборотные активы, тыс. руб.	5460	6380	4280	920	16,8	- 2100	- 32,9
Численность ППП, чел.	189	186	190	- 3	-1,6	4	2,1
Фонд оплаты труда ППП, тыс. руб.	102060	105625	120158	3565	3,5	14533	13,8
Производительность труда работающего, тыс. руб. (стр1/стр10)	5820	7032	9259	1212	20,8	2227	31,7
Среднегодовая заработная плата работающего, тыс. руб. (стр11/стр10)	540	567	632	27	5,0	65	11,5
Фондоотдача (стр1/стр8)	110001	654009	35186	544008	494,5	- 618823	- 94,6
Оборачиваемость активов, раз (стр1/стр9)	201	205	411	4	2,0	206	100,5
Рентабельность продаж, % (стр6/стр1) ×100%	7,1	5,9	12,0	- 1,2	- 16,9	6,1	103,4
Рентабельность производства, % (стр6/(стр2+стр4+стр5)) ×100%	12,3	10,6	24,8	- 1,7	- 13,8	14,2	134,0
Затраты на рубль выручки, (стр2+стр4+стр5)/стр1*100 коп.)	57,4	55,8	48,2	- 1,6	- 2,8	- 7,6	- 13,6

По таблице 2, можно сделать следующие выводы:

- «выручка ООО «Строймонолит» в 2022 году показала прирост на 34,5%;
- себестоимость продаж ООО «Строймонолит» в последнем отчетном году увеличилась на 21,9%;

- чистая прибыль ООО «Строймонолит» в 2022 году увеличилась на 63,2% по сравнению с 2021 годом и составила 563,4 млн. р.;
- коммерческие расходы ООО «Строймонолит» в 2022 году сократились на 73,2% по сравнению с 2021 отчетным годом;
- управленческие расходы, наоборот, в 2022 году увеличились на 113,6%. Прибыль от продаж в 2022 году увеличилась на 170,9% по сравнению с 2021 годом и составила 210608 т. р.;
- доходы от участия в других организациях в 2021 году увеличились в 8,3 раза;
- проценты к получению ООО «Строймонолит» сократились на 37,2% в 2022 году по сравнению с 2021 годом. А проценты к уплате, наоборот, увеличились в 15,2 раза;
- прочие доходы ООО «Строймонолит» в 2022 году увеличились в 16,9 раза по сравнению с 2021 годом. А прочие расходы сократились в 2022 году на 54,2%» [19].;
- рентабельность продаж в 2021 году уменьшилась на 16,9% по сравнению с 2020 годом. В 2022 году данный показатель увеличился более, чем в 2 раза.

Графически изменения основных финансовых результатов деятельности ООО «Строймонолит» представлены на рисунке 5.

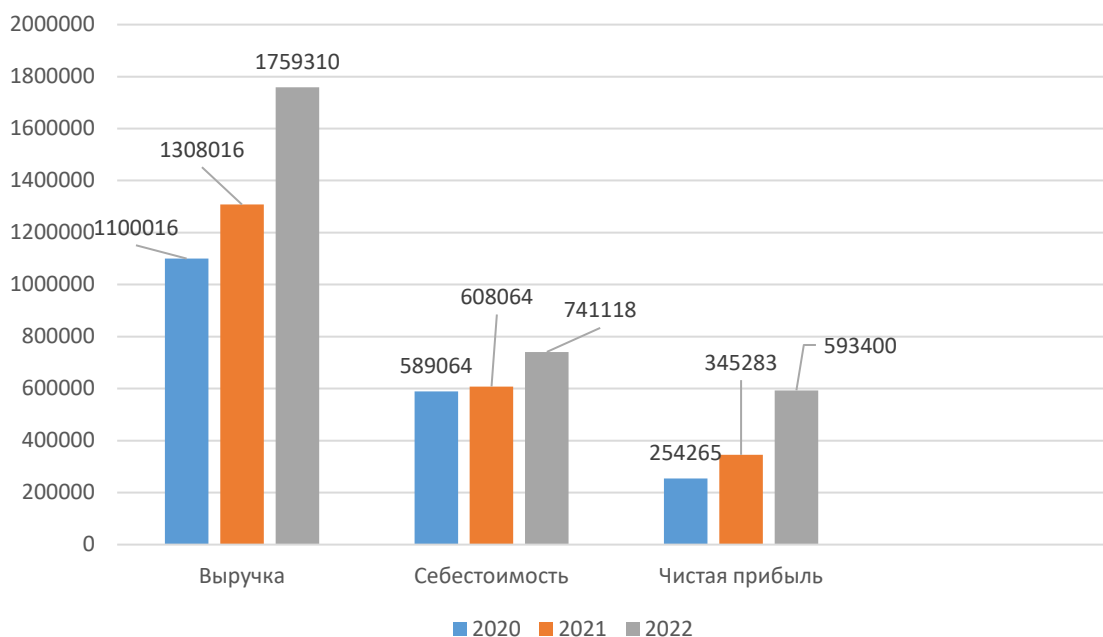


Рисунок 5 — Динамика основных финансовых показателей ООО «Строймонолит» за 2020-2022гг., тыс. руб.

По рисунку 6 видно, что основные показатели финансового состояния компании показывают положительную динамику изменения за последние три исследуемого года.

Сформировав организационно-экономическую характеристику объекта исследования ООО «Строймонолит», можно сделать вывод, что компания функционирует на транспортном рынке, предоставляет услуги по перевозке крупногабаритных грузов. Основные клиенты компании – юридические компании, преимущественно объекты малого и среднего бизнеса. География работы включает три Федеральных округа: Приволжский, Центральный и Северо-Западный.

ООО «Строймонолит» имеет приоритетные цели функционирования, которые заключаются в расширении географии работы компании, а также повышения эффективности организации логистической цепи перевозок грузов от заказчика к поставщику, за счет чего планируется снизить издержки, стоимость услуг и повысить конкурентоспособность компании. Несмотря на небольшой срок работы на рынке транспортных услуг, компания

заняла свою нишу и получает прибыль от деятельности. Чистая прибыль ООО «Строймонолит» в 2022 году увеличилась на 63,2% по сравнению с 2021 годом и составила 563,4 млн. р. Чистая рентабельность составила в 2022 году 32,0%, что на 21,2% больше, чем в предыдущим отчетном году. Вышеобозначенные показатели говорят о стабильном финансовом положении ООО «Строймонолит».

2.2 Анализ конкурентоспособности ООО «Строймонолит»

В Приволжском Федеральном округе по статистическим данным за 2022 год насчитывается около 1231 компания, которая занимается предоставлением транспортно-экспедиционных услуг физическим и юридическим лицам.

Клиенты транспортных компаний в первую очередь обращают внимание на цены услуги, а также гарантии сохранности груза. Не последнее значение имеет также скорость доставки и клиентоориентированность.

«Основные конкуренты компании ООО «Строймонолит» выбирались исходя из участия на рынке потребителей транспортно-экспедиционных операций и услуг, а также географии работы» [20]. На данный момент ближайшими конкурентами компании ООО «Строймонолит» являются:

- ООО «Автотранс». Компания работает с 1998 году. Основной вид деятельности – перевозка грузов автомобильным транспортом;
- ООО «Фрио Логистик». Крупная транспортная компания, которая на рынке почти 18 лет. Ее выручка за 2021 год составила 8,6 млрд. р.
- ООО «Бигтрак77». Компания на рынке транспортно-экспедиционных услуг всего три года. Прибыль за 2021 год составила 180 т. р.» [20].

Особенности этих транспортных компаний и предоставляемые ими услуги представлены в таблице 3.

Таблица 3 — Особенности транспортных компаний и предоставляемые услуги

Характеристики	ООО «Строймонолит»	«ООО «Автотранс»	ООО «Фрио Логистик»	ООО «Бигтрак77»
Месторасположение	445030, Самарская обл., Тольятти г, 40 лет Победы ул., дом № 17В.	443013, Самарская область, Самара, ул Мичурина, 21Б	443125 Самара, пр. Мальцева, 4, корп. 4,	442541 Самара, пр. Мальцева, 4, корп. 4
Call-центр	-	+	-	-
Наличие собственного транспорта	+	+	-	-
Наличие собственного склада	+	+	+	+
Клиентское сопровождение	+	-	+	-

По таблице 3, можно сказать, что «ООО «Автотранс» имеет свой колл-центр, а также транспортные средства и складские помещения. Среди слабых факторов компании можно выделить отсутствие клиентского сопровождения. ООО «Фрио Логистик» не имеет собственного колл-центра и транспорта. Среди преимуществ можно выделить наличие собственного склада и клиентского сопровождения. ООО «Бигтрак77» не имеет своего колл-центра, транспорта для работы и отсутствует клиентское сопровождение.

Объект исследования ООО «Строймонолит» имеет собственный транспортный парк, в котором около 125 транспортных средств, а также складское помещение и клиентское сопровождение.

Ни в одном предприятии не используется современная системы кросс-докинг, который позволяет повысить скорость транспортировки груза на 30%.

Для анализа уровня конкурентоспособности рассматриваемых компаний были выбраны показатели, которые представлены в таблице 4. Для анализа минимальной цены был выбран наиболее часто заказываемый маршрут Самара - Москва или Москва - Самара. Перевозка осуществляется 8-тонным рефрижератором.

Таблица 4 – Анализ деятельности компаний-конкурентов, оказывающих транспортные услуги

«Показатель	ООО «Строймонолит»	«ООО «Автотранс»	ООО «Фрио Логистик»	ООО «Бигтрак77»	Пояснение
Минимальная стоимость доставки, руб.	30000	40000	60000	100000	Для анализа минимальной цены доставки было выбрано направление Самара -Москва, перевозка 8-тонным рефрижератором
Своевременность доставки, (подано всего заявок/выполнено в срок)	60/55	60/57	60/52	60/54	Всего рассматривалась выборка из 60 заявок за последний месяц
Гибкость (общее количество обращений/удовлетворено обращений точно в срок)	30/28	30/30	30/25	30/26	Всего рассматривалась выборка из 30 заявок за последний месяц
Оперативность (общее количество срочных заявок/ количество исполненных заявок)	20/18	20/18	20/11	20/14	Всего рассматривалась выборка из 20 срочных заявок за последний месяц
Скорость отклика	В течение суток	В течение 1 дня	В течении 2-3 рабочих дней	В течение 1-2 рабочих дней	Заявки обрабатываются в течение 1-2 рабочих дней» [20].

По таблице 4, можно сказать, что все объекты исследования, компания ООО «Строймонолит» и ее конкуренты занимаются перевозкой грузов, а за невыполнение своих обязательств, например, увеличения срока доставки, повреждение груза, или срыв заказа) компании выплачивают неустойки в виде возврата денежных средств за заказ плюс штрафные начисления, которые зависят от региона прибытия и договорных условий.

На основе проведенного анализа возможно провести оценку конкурентоспособности объекта исследования ООО «Строймонолит» и ее конкурентов, которая представлена в таблице 5.

Таблица 5 – Оценка конкурентоспособности транспортных компаний по пятибалльной шкале

Показатель	Обозначение коэффициента (T_i)	Весовой коэффициент (B_i)	ООО «Строймонолит»	ООО «Автотранс»	ООО «Фрио Логистик»	ООО «Бигтрак7»
Минимальная стоимость доставки	T1	0,25	5	4	3	2
Своевременность доставки	T2	0,25	3	5	3	3
Гибкость	T3	0,2	4	3	3	3
Оперативность	T4	0,15	4	3	2	3
Скорость оклика	T5	0,15	4	3	2	4

По таблице 5, можно сказать, что каждый показатель имеет разный весовой коэффициент значимости, который отражает степень влияния на конкурентоспособность компании. Значение весовых коэффициентов

устанавливается экспертами с учетом актуального положения дел на рынке функционирования и специализации отрасли.

На основе критерий, выделенных в таблице 5 и их балльных значений можно построить радар конкурентоспособности, который представлен на рисунке 6.

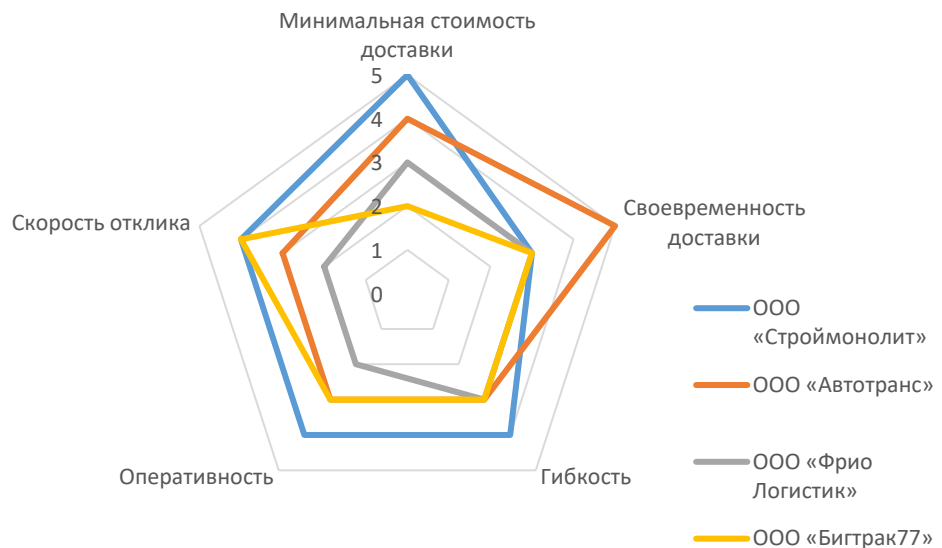


Рисунок 6 — Радар конкурентоспособности ООО «Строймонолит»

По построенному радару конкурентоспособности видно, что ведущий среди исследуемых конкурентов на транспортном рынке является компания ООО «Автотранс».

«Для проведения оценки по этому методу необходимо определить наиболее важные показатели, определить важность каждого из них (присвоить весовой коэффициент), а затем определить совокупную балльную оценку» [11, с.48].

Рассчитаем показатель конкурентоспособности ООО «Строймонолит»:

$$K=0,25 \cdot 5+0,25 \cdot 3+0,2 \cdot 4+0,15 \cdot 4+0,15 \cdot 4=4$$

Рассчитаем показатель конкурентоспособности ООО «Автотранс»:

$$K=0,25 \cdot 4+0,25 \cdot 5+0,2 \cdot 3+0,15 \cdot 3+0,15 \cdot 3=4,05$$

Рассчитаем показатель конкурентоспособности ООО «ФриоЛогистик»:

$$K=0,25 \cdot 3+0,25 \cdot 3+0,2 \cdot 3+0,15 \cdot 2+0,15 \cdot 2=2,7$$

Рассчитаем показатель конкурентоспособности ООО «Бигтрак77»:

$$K=0,25 \cdot 2+0,25 \cdot 3+0,2 \cdot 3+0,15 \cdot 3+0,15 \cdot 4=3,05$$

По приведенным расчетам можно сказать, что объект исследования ООО «Строймонолит» имеет один из лучших показателей конкурентоспособности среди конкурентов. Опережает его на 0,05 баллов только «ООО «Автотранс», который и является его основным конкурентом на транспортном рынке Приволжского Федерального округа. ООО «Строймонолит» уступает основному конкуренту в своевременности доставки. Данный аспект требует внедрения управленческих решений в область выстраивания логистических цепей компании.

Для того, чтобы более полно оценить конкурентоспособность ООО «Строймонолит» необходимо провести анализ сильных и слабых сторон компании. SWOT-анализ, представленный в таблице 5, позволит определить имеющиеся угрозы и возможности дальнейшего развития компании.

Таблица 6 – SWOT-анализ ООО «Строймонолит»

Внутренние сильные стороны:	Внутренние слабые стороны:
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие собственных складских помещений 2. Собственный парк грузовых автомобилей 3. Хорошая репутация компании 4. Низкие цены по сравнению с конкурентами. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие оперативного управления при доставке продукции 2. Долгое согласование графика поставок 3. Недостаточный мониторинг движения транспортных средств 4. Низкая скорость адаптации к меняющимся условиям
Возможности предприятия:	Внешние угрозы
<ol style="list-style-type: none"> 1. Расширение деятельности отраслей, требующих перевозок 2. Совершенствование логистического менеджмента 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Нестабильность экономической ситуации 2. Наличие большого количества конкурентов с высоким логистическим сервисом 3. Снижение спроса

По таблице 6, можно сказать, что основные проблемы ООО «Строймонолит» заключаются в отсутствие автоматизированной логистической системы, все процессы оперативного управления осуществляются в ручную за счет чего наблюдается долгое согласование графика поставок, ненадлежащий контроль за движениями транспортных средств и исполнения заказа, отсутствия гибкости в вопросах быстрой адаптации к новым условиям функционирования.

Далее проанализируем используемые принципы логистики в функционировании ООО «Строймонолит», которые представлены в таблице 7.

По таблице 7 видно, что в ООО «Строймонолит» соблюдается большинство логистических принципов, что дает ей поддерживать свое конкурентоспособность на рынке. Но при этом не полностью поддерживается принцип информационно-компьютерной поддержки.

Таблица 7 – Использование принципов логистики в ООО «Строймонолит»

Принципы логистики	Соблюдение принципа в ООО «Строймонолит»
Принцип обратной связи	Присутствует. Основные элементы данной коммуникации осуществляются за счет переговоров и общение в рамках корпоративной почты.
Принцип информационно-компьютерной поддержки	Все данные по заказам и движению груза вносятся самостоятельно в компьютерные программы. Отсутствует единая система, которая фиксирует и отражает все передвижения груза самостоятельно. В ООО «Строймонолит» преобладает бумажный документооборот. В основном все накладные оформляются вручную сотрудниками компании, что занимает их дополнительное время и несет финансовые издержки.
Принцип системности	В ООО «Строймонолит», все структурные подразделения нацелены на выполнения единой цели по качественному предоставлению услуг своим клиентам.
Принцип минимизации	Заключается в формировании специалистами ООО «Строймонолит» оптимальных маршрутов для перевозок.
Принцип всеобщего управления качеством продукции или услуг	Контроль за качеством оказания услуг осуществляется экспедиторами путем соответствия заказа соответствующей документации, а также менеджерами по продажам, которые контролирует своевременность выполнения заказа.
Принцип гибкости	Соблюдается за счет возможности предоставлять разные виды услуг транспортной сферы в условиях изменений на рынке.
Принцип надежности	Данный принцип соблюдается за счет своевременного технического осмотра транспортных средств, профилактика их проблем, а также заключения долгосрочных договоров с поставщиками ГСМ.
Принцип моделирования логистических систем	Отсутствует единая информационная система, которая смогла бы выстраивать оптимальные логистические цепи.
Принцип непрерывности	Непосредственного постоянного контроля за функционированием логистической системы нет. Все операции контроля осуществляет персонал организации по необходимости.
Принцип устойчивости и адаптации	Соблюдается за счет выстраивания долгосрочных отношений, как с партнерами по бизнесу, так и с клиентами.
Принцип инициативности	ООО «Строймонолит» инициативность поощряется, за лучшее рационализаторские предложения выплачивается денежное вознаграждение.

Большинство операций фиксируются и проводятся вручную, минимально используется система электронного документооборота. Кроме того, принцип минимализации не продуктивен, необходимо заменять труд специалистов специальными логистическими системами, которые могут в короткий срок составить самый выгодный маршрут доставки груза.

Сформировав организационно-экономическую характеристику объекта исследования ООО «Строймонолит», можно сделать вывод, что компания функционирует на транспортном рынке, предоставляет услуги по перевозке

крупногабаритных грузов. Основные клиенты компании – юридические компании, преимущественно объекты малого и среднего бизнеса.

ООО «Строймонолит» имеет приоритетные цели функционирования, которые заключаются в расширении географии работы компании, а также повышения эффективности организации логистической цепи перевозок грузов от заказчика к поставщику, за счет чего планируется снизить издержки, стоимость услуг и повысить конкурентоспособность компании.

На данный момент ближайшими конкурентами компании ООО «Строймонолит» являются: «ООО «Автотранс». ООО «Фрио Логистик», ООО «Бигтрак77».

Таким образом, в результате проведенного анализа во втором разделе работы, можно сделать вывод о том, что в целом предприятие за исследуемый период отработало удовлетворительно. На основе проведенного исследования, было определено, что объект исследования ООО «Строймонолит» имеет один из лучших показателей конкурентоспособности среди конкурентов. Опережает его на 0,05 баллов только «ООО «Автотранс», который и является его основным конкурентом на транспортном рынке Приволжского Федерального округа. ООО «Строймонолит» уступает основному конкуренту в своевременности доставки.

По анализу использования принципов логистики, было выявлено, что в ООО «Строймонолит» соблюдается большинство логистических принципов, но необходимо совершенствования принципа информационно-компьютерной поддержки и принцип минимализации.

3 Разработка мероприятий по повышению конкурентоспособности ООО «Строймонолит» на основе принципов логистики

3.1 Мероприятия по повышению конкурентоспособности ООО «Строймонолит» на основе принципов логистики

В предыдущей главе было проведено исследование конкурентоспособности объекта исследования и выявлено, что ООО «Строймонолит» имеет один из лучших показателей конкурентоспособности среди конкурентов. Опережает его на 0,05 баллов только «ООО «Автотранс», который и является его основным конкурентом на транспортном рынке Приволжского Федерального округа. ООО «Строймонолит» уступает основному конкуренту в своевременности доставки. Анализ использования принципов логистики в своей деятельности показал, что ООО «Строймонолит» соблюдается большинство логистических принципов, но необходимо совершенствования принципа информационно-компьютерной поддержки и принцип минимализации.

Для усиления конкурентоспособных позиций на транспортном рынке необходимо сконцентрироваться на внедрения принципа информационно-компьютерной поддержке и моделирования логистических систем. Сейчас данные операции проводятся в основном вручную, с максимальным использованием трудовых ресурсов. Отсутствует единая система, которая фиксирует и отражает все передвижения груза самостоятельно. В ООО «Строймонолит» преобладает бумажный документооборот. В основном все накладные оформляются вручную сотрудниками компании, что занимает их дополнительное время и несет финансовые издержки. Также отсутствует

единая информационная система, которая смогла бы выстраивать оптимальные логистические цепи.

Из вышесказанных аспектов, в рамках данного исследования предлагается внедрить единую информационно-логистическую систему, которая позволит сократить использование ручного труда, уменьшить издержки на перевозки, увеличить скорость выполнения заказов и, соответственно, повысить конкурентоспособность ООО «Строймонолит». За счет данных фактов увеличится объем продаж и прибыль компании.

Основная цель внедрения автоматизированной логистической системы заключается в сокращении и максимальном упрощении цепочек поставок. При этом участие специалистов в выстраивании логистической цепи практически не требуется. Программное обеспечение в автоматическом режиме собирает, анализирует все исходные данные и предлагает наиболее оптимальный вариант доставки заказа. При этом автоматически формируется отчетная документация о складской и транспортной деятельности компании в процессе выполнения заказа.

Преимущество предложенного мероприятия:

- увеличение скорости доставки заказа от клиента к конечному потребителю. Логистическая цепочка формируется в течение нескольких минут после загрузки данных о заказе. Программа рассчитывает точное время, которое необходимо для выполнения поставленной задачи. При этом процент своевременности доставки груза возрастает, а уплаты за контактные неустойки снижаются;
- повышение продуктивности в работе компании. За короткий срок обрабатывается большое количество информации и выдается готовых решений, что гарантирует увеличение прибыли;
- увеличение объемов поставок. Автоматизированная обработка поступивших заказов до конечной точки их выполнения позволяет

увеличить объемы выполняемых заказов до полного насыщения рынка и возможности выходы на международный уровень;

– предоставление статистики о работе компании. Формируемые отчеты на основе статистических данных дают возможность увидеть и проанализировать неточности и недостатки в системности работы всех отделов компании, а также отдельных сотрудников;

– возможность получать информацию о работе в режиме онлайн за счет установленных датчиков.

Проанализировав современные предложения на рынке информационных логистических систем конкретно для ООО «Строймонолит», предлагается внедрить систему «умной» логистики «Cargo». Она специально предназначена для экспедиторов и грузоперевозчиков.

Принципы работы логистической системы «Cargo»:

– полная автоматизация всех бизнес-процессов в транспортной компании, начиная с приема и создания заявок на перевозку и заканчивая взаиморасчетами с контрагентами;

– электронный документооборот между всеми участниками системы. Данное программное обеспечение позволяет обмениваться накладными, бухгалтерскими и другими документами в рамках внутреннего безопасного канала связи;

– построение аналитических отчетов, которые позволяют принять эффективные управленческие решения на фоне реальной картины бизнеса;

– формирование наиболее оптимальной логистической цепи с учетом внешних и внутренних факторов.

Управление процессом перевозки груза с использованием системы «Cargo» проводится с использованием наглядного журнала, где

структурированы все заказы компании, в том числе которые уже выполнены и отмененные клиентом. Для контроля любого заказа достаточно найти и нажать на нужную заявку и все информация о заказе появится в режиме онлайн. Также в журнале отражаются должники – заказчики, которые не оплатили заказ. Это тоже удобно для работы с дебиторской задолженностью нет необходимости формировать другие отчеты.

В графе «умный калькулятор» за несколько минут рассчитывается стоимость заказа, а также рентабельность грузоперевозок с учетом всех скрытых расходов. В том случае, если какой-либо заказ по грузоперевозке не выгоден, то система даст предупреждение и предложит варианты как решить проблему и заключить рентабельную сделку.

Система «Cargo» включает приложение «умный» водитель, которое позволяет в режиме реального времени определить местонахождение транспортного средства, а не связываться напрямую с водителем, тратя на это время логиста и отвлекая водителя. Также данное приложение помогает выстроить эффективное взаимодействие водителей с транспортной компании. Менеджеры компании передают через нее заказы, а водители оперативно их принимают и включают в работу.

Формирование и обмен документами осуществляется внутри логистической системы «Cargo». За счет чего снижено влияние человеческих факторов на опоздание и срывов перевозок. Все документы хранятся в электронном виде, структурированы и зарезервированы, что снижает вероятность их потери до нуля. «Реализована 360-градусная защита информации центры обработки данных мирового уровня, непрерывное шифрование и регулярное резервное копирование данных» [27]. Юридически-значимые документы подписываются с использованием электронной цифровой подписи.

Также в системе «умной» логистики «Cargo» есть гибкие настройки доступа и блокировки к информации и отчетам для каждого пользователя.

Все возможности логистического программного обеспечения «Cargo» представлены на рисунке 7.

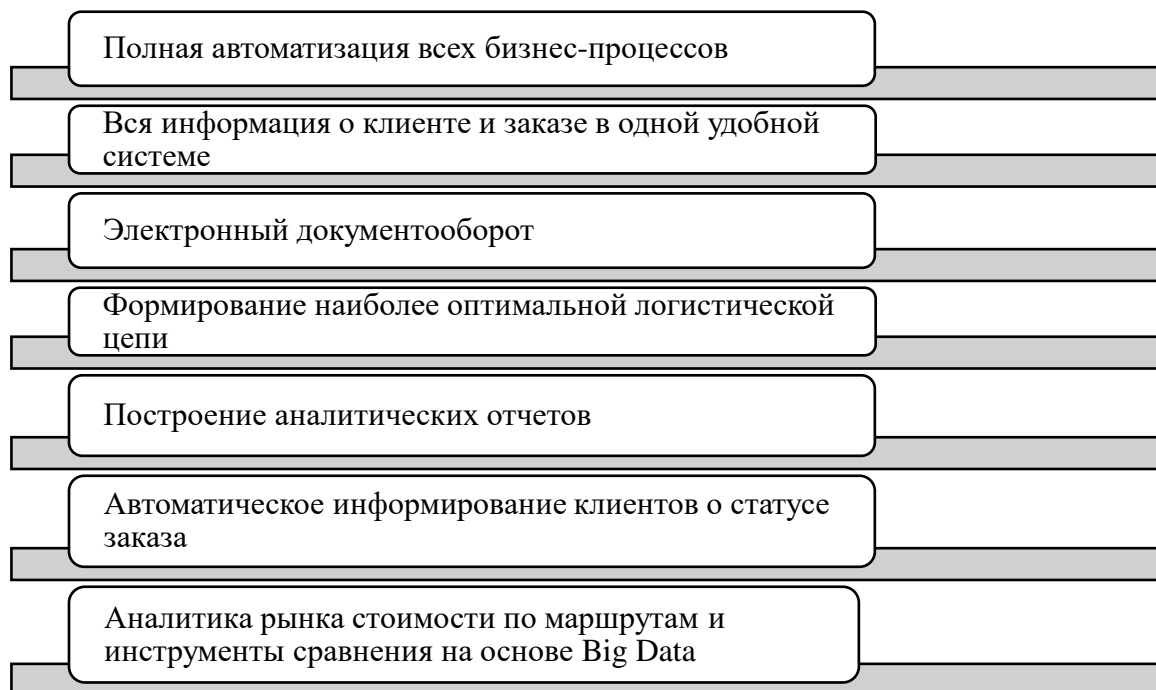


Рисунок 7 – Возможности логистической системы «Cargo»

При внедрении «Cargo» разработчики гарантируют повышения роста клиентского сервиса и повышения лояльности к компании за счет того, что все заявки обрабатываются в максимально короткий срок, а ход доставки груза возможно проконтролировать в режиме онлайн в личном кабинете заказчика.

Основываясь на статистических данных производителя «Cargo», которым пользуются уже свыше 12 тысяч компаний, средневзвешенные прогнозы результатов от внедрения программного обеспечения представлены на рисунке 8.

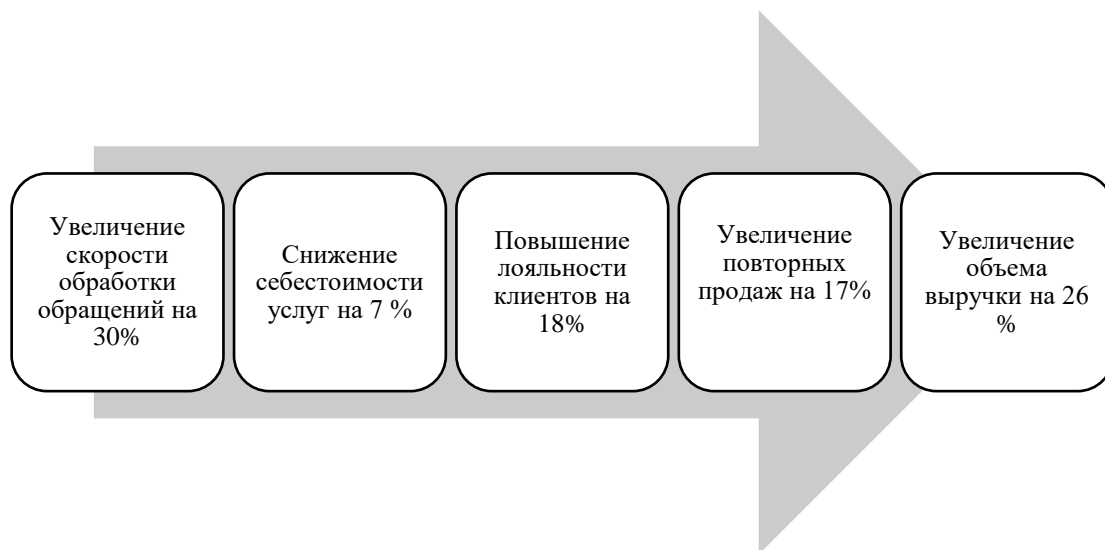


Рисунок 8 – Средневзвешенные прогнозы результатов от внедрения логистической системы «Cargo»

По рисунку 8 видно, что внедрение логистической системы «Cargo» позволит увеличить скорость обработки заказов клиентов, снизить себестоимость услуг, а также повысить лояльность клиентов компании и увеличить число повторных продаж. Количество заказов, которые не исполнились в срок, сократятся до минимального 3% значения, и их причинами могут стать только форс-мажорные обстоятельства.

«Программное обеспечение «Cargo» гарантирует соблюдение безопасности для предприятий — это соблюдение регламентов, невредимость транспорта, сохранность грузов, защита данных. Цифровые системы управления позволяют контролировать все эти параметры, предотвращая влияние человеческого фактора» [27]. «Cargo» позволяет занести «актуальную структуру «запретных зон», контролировать маршруты водителей, фиксировать съезды, внеплановые остановки, лишние пробеги и сигнализировать о них в режиме онлайн» [27].

В рамках данного подраздела ООО «Строймонолит» предлагается внедрить систему «умной» логистики «Cargo», которая позволит практически все логистические операции выполнять в автоматизированном режиме,

минимизирует ручной труд и повысит скорость и процент своевременности доставки заказа.

3.2 Расчет экономической эффективности от предлагаемых мероприятий

В рамках данного исследования предлагается внедрить единую информационно-логистическую систему, которая позволит сократить использование ручного труда, уменьшить издержки на перевозки, увеличить скорость выполнения заказов и, соответственно, повысить конкурентоспособность ООО «Строймонолит». За счет данных фактов увеличится объем продаж и прибыль компании.

Конкретно для ООО «Строймонолит», предлагается внедрить систему «умной» логистики «Cargo». Она специально предназначена для экспедиторов и грузоперевозчиков.

Выгоды, которые получит ООО «Строймонолит» при внедрении и использовании программного обеспечения «Cargo»:

- высокая скорость обработки заявок на перевозку грузов и доведения их до исполнителей;
- подборка максимально выгодной и оптимальной схемы для перевозки груза с учетом необходимого количества транспортных средств для выполнения заказа, поиска маршрута с низкой транспортной загруженностью и минимальной стоимостью заказа;
- «наличие приложения для водителей с функциями навигации и контроля в режиме онлайн за передвижением груза;
- автоматическое отслеживание заказа в круглосуточном режиме с возможностью выноса предупреждения о задержки транспорта, нарушениях в сформированном маршруте и т.д.» [27];

- сбор и анализ статистических данных, а также формирование структурированных отчетов для возможности выбора максимально подходящего управленческого решения;
- автоматизация всех расчетных операций. Программа «Cargo» самостоятельно производит все расчеты по стоимости заказа, нормы топливных расходов, скорость передвижения транспортных средств и другие показатели.

Внедрение и использование программы «Cargo» позволит сократить случаи несвоевременной доставки груза, по которому ООО «Строймонолит» уступал основному своему конкуренту на рынке, а также за счет снижения себестоимости и цены за доставку повысить лояльность своих клиентов.

Объем денежных средств, которые необходимы для реализации предложенного мероприятия представлен в таблице 8.

Таблица 8 – Затраты на внедрения предложенных мероприятий для ООО «Строймонолит», т. р.

Вид затрат	Сумма, т. р.
1. Приобретение программного обеспечения «Cargo»	2296
2. Обучение сотрудников компании	1580
Итого:	3876

Для реализации предложенных мероприятий необходимо 3876 т. р., из этой суммы 40,1% денежных средств пойдет на обучение сотрудников компании работы в новой системе.

Основываясь на статистических данных производителя «Cargo», средневзвешенные прогнозы результатов от внедрения программного обеспечения предполагают:

- увеличение скорости обработки заказа на 30%;
- снижение себестоимости услуг на 7%;
- снижение случаев несвоевременной доставки заказа до 3%;
- повышение лояльности клиентов на 18%;

- увеличение повторных продаж на 17%;
- увеличение объема выручки на 26%.

С учетом вышеобозначенных данных, изменения качественных показателей от внедрения предлагаемых мероприятий приставлены в таблице 9.

Таблица 9 – Динамика качественных показателей до и после внедрения предложенных мероприятий на ООО «Строймонолит»

Показатели	До реализации мероприятий	После реализации мероприятий	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
Загрузка транспорта, %	78,0	84,0	6,0	7,7
Количество случаев несвоевременной доставки заказа, %	11,8	3,0	- 8,8	-74,6
Скорость обработки заявок, мин	15	6	-9	- 60,0
Количество новых клиентов за год, чел.	120	246	126	105,0
Удовлетворенность клиентов, %	77	85	8	10,4
Уровень лояльности потребителей, %	69	77	8	11,6
Узнаваемость бренда, %	22	26	4	18,2

Проанализировав данные по таблице 10, можно отметить, что:

- загрузка транспортных средств ООО «Строймонолит» увеличится на 7,7% после внедрения мероприятий;
- количество случаев несвоевременной доставки ООО «Строймонолит» сократится на 74,6%;
- скорость обработки заказов ООО «Строймонолит» уменьшится на 60%;
- количество новых клиентов ООО «Строймонолит» увеличится на 105% за год;
- удовлетворенность клиентов ООО «Строймонолит» увеличится на 10,4%;
- уровень лояльности потребителей и узнаваемость бренда ООО «Строймонолит» покажут прирост в 11,6 и 18,2% соответственно.

Изменения качественных показателей работы ООО «Строймонолит» после до и после внедрения предложенных мероприятий представлены на рисунке 9.

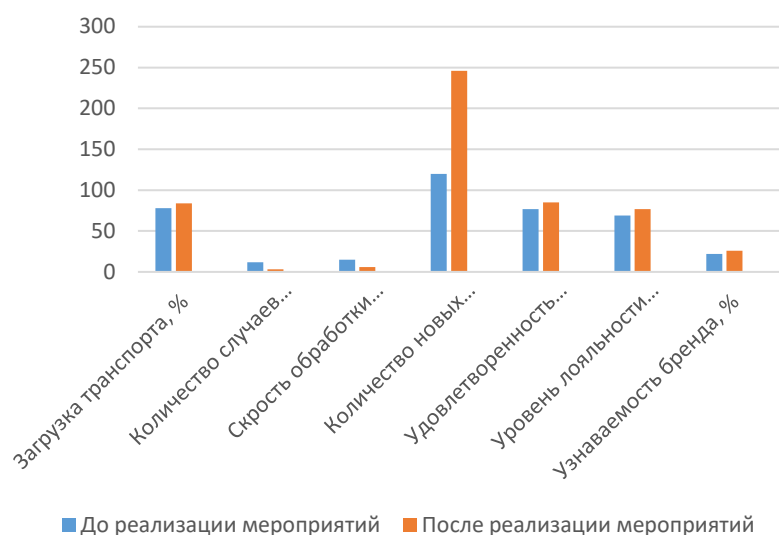


Рисунок 9 – Изменение качественных показателей деятельности ООО «Строймонолит» до и после внедрения мероприятий

По рисунку 9, можно сказать, что все качественные маркетинговые показатели ООО «Строймонолит» после реализации предложенных мероприятий улучшились.

За счет улучшения качественных показателей работы ООО «Строймонолит» и снижения стоимости услуг на 7%, конкурентоспособность компании увеличилась, что видно на радаре конкурентоспособности до и после реализации предложенных мероприятий (рисунок 10).

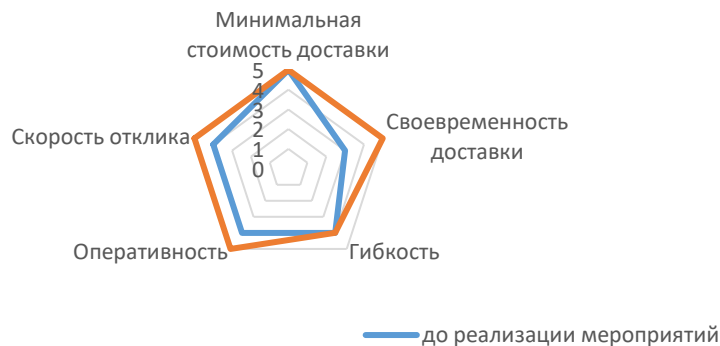


Рисунок 10 – Радар конкурентоспособности ООО «Строймонолит» до и после реализации предложенных мероприятий

На основе рисунка 10 видно, что ООО «Строймонолит» улучшила свои конкурентные позиции по трем направлениям: скорость отклика, оперативность работы и своевременность доставки.

Динамика основных финансовых показателей до и после реализации предложенных мероприятий представлена в таблице 10.

Таблица 10 – Изменение финансовых показателей ООО «Строймонолит» до и после реализации предложенных мероприятий

Показатели	До реализации мероприятий	После реализации мероприятий	Абсолютное отклонение	Относительное отклонение, %
Выручка, тыс. руб.	1759310	2216730	457420	26,0
Себестоимость услуг, тыс. руб.	741118	868442	127324	17,2
Чистая прибыль, тыс. руб.	563400	613542	50142	8,9

По данным таблицы 10, видно, что выручка от реализации услуг увеличится после реализации мероприятий на 26%. Общая себестоимость услуг увеличится на 17,2%, что объясняется увеличением объема продаж. По структуре процент себестоимости услуг от выручки уменьшится с 42,1% до 39,2%, то есть на 2,9 пункта или 6,9%.

Чистая прибыль после реализации предложенных мероприятий увеличится на 8,9%.

Наглядно изменения финансовых показателей ООО «Строймонолит» до и после реализации предложенных мероприятий представлены на рисунке 11.

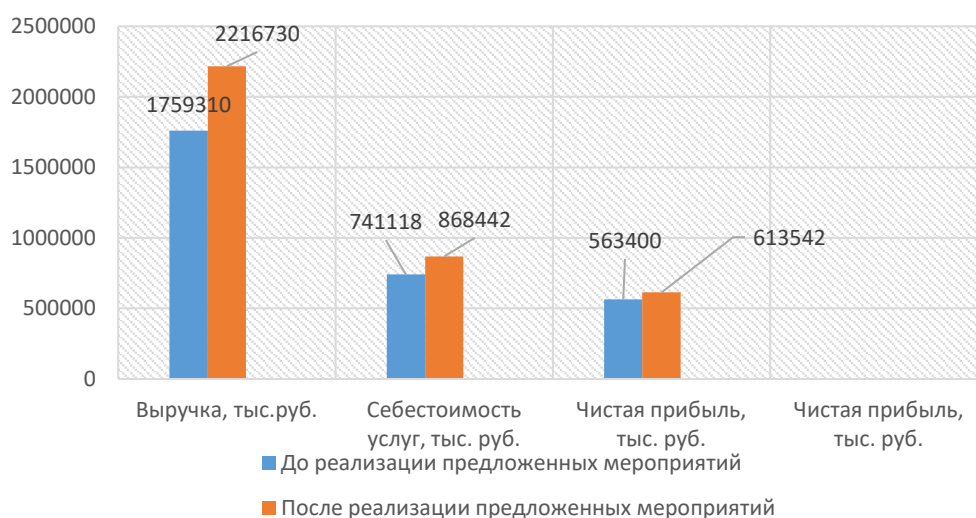


Рисунок 11 – Изменения финансовых показателей ООО «Строймонолит» до и после реализации предложенных мероприятий, тыс. руб.

По рисунку 11 видно, что внедрения предложенных мероприятий ООО «Строймонолит» повлечет за собой увеличение выручки, снижение доли себестоимости услуг в общую выручку и увеличение чистой прибыли.

Расчет экономической эффективности от предложенных мероприятий для ООО «Строймонолит» рассчитывается путем разницы полученной прибыли от реализации мероприятий и затрат на их реализацию.

$$\text{Э} = 50142 - 3876 = 46266 \text{ т. р.}$$

Экономический эффект от реализации предложенных мероприятий для ООО «Строймонолит» составил 46266 т. р., что говорит о экономической целесообразности внедрения предлагаемых мероприятий.

Таким образом, подводя итоги, можно сказать, что для усиления конкурентоспособных позиций на транспортном рынке необходимо сконцентрироваться на внедрения принципа информационно-компьютерной

поддержке и моделирования логистических систем. Сейчас данные операции проводятся в основном вручную, с максимальным использованием трудовых ресурсов.

Проанализировав современные предложения на рынке информационных логистических систем конкретно для ООО «Строймонолит», предлагается внедрить систему «умной» логистики «Cargo». Она специально предназначена для экспедиторов и грузоперевозчиков. Принципы работы логистической системы «Cargo» включают полную автоматизация всех бизнес-процессов в транспортной компании, электронный документооборот между всеми участниками системы, построение аналитических отчетов, формирование наиболее оптимальной логистической цепи с учетом внешних и внутренних факторов.

Все качественные маркетинговые показатели ООО «Строймонолит» после реализации предложенных мероприятий улучшились. За счет улучшения качественных показателей работы ООО «Строймонолит» и снижения стоимости услуг на 7%, конкурентоспособность компании увеличились, что видно на радаре конкурентоспособности до и после реализации предложенных мероприятий.

Экономический эффект от реализации предложенных мероприятий для ООО «Строймонолит» составил 46266 т. р., что говорит о экономической целесообразности внедрения предлагаемых мероприятий.

Заключение

В первом разделе работы описывается понятие и сущность конкурентоспособности предприятия. Рассматриваются понятие «конкурентоспособность» различных авторов, признаки, формы и уровни развития. Изучены основные принципы логистики и рассмотрены пути повышения конкурентоспособности на основе применения данных принципов.

Во втором разделе работы дается организационно-экономическая характеристика предприятия ООО «Строймонолит» за три года, описывается организационная структура управления. Проводится анализ конкурентоспособности предприятия в настоящее время, оценивается использование логистических принципов на предприятии, выявляются недостатки.

На данный момент ближайшими конкурентами компании ООО «Строймонолит» являются: «ООО «Автотранс». ООО «Фрио Логистик», ООО «Бигтрак77».

На основе проведенного исследования, было определено, что объект исследования ООО «Строймонолит» имеет один из лучших показателей конкурентоспособности среди конкурентов. Опережает его на 0,05 баллов только «ООО «Автотранс», который и является его основным конкурентом на транспортном рынке Приволжского Федерального округа. ООО «Строймонолит» уступает основному конкуренту в своевременности доставки.

По анализу использования принципов логистики, было выявлено, что в ООО «Строймонолит» соблюдается большинство логистических принципов, но необходимо совершенствования принципа информационно-компьютерной поддержки и принцип минимализации.

В третьем разделе работы предлагаются мероприятия направленные на повышение конкурентоспособности предприятия на основе применения принципов логистики.

Подводя итоги, можно сказать, что для усиления конкурентоспособных позиций на транспортном рынке необходимо сконцентрироваться на внедрения принципа информационно-компьютерной поддержке и моделирования логистических систем. Сейчас данные операции проводятся в основном вручную, с максимальным использованием трудовых ресурсов.

Проанализировав современные предложения на рынке информационных логистических систем конкретно для ООО «Строймонолит», предлагается внедрить систему «умной» логистики «Cargo». Она специально предназначена для экспедиторов и грузоперевозчиков. Принципы работы логистической системы «Cargo» включают полную автоматизация всех бизнес-процессов в транспортной компании, электронный документооборот между всеми участниками системы, построение аналитических отчетов, формирование наиболее оптимальной логистической цепи с учетом внешних и внутренних факторов.

Все качественные маркетинговые показатели ООО «Строймонолит» после реализации предложенных мероприятий улучшились. За счет улучшения качественных показателей работы ООО «Строймонолит» и снижения стоимости услуг на 7%, конкурентоспособность компании увеличились, что видно на радаре конкурентоспособности до и после реализации предложенных мероприятий.

Экономический эффект от реализации предложенных мероприятий для ООО «Строймонолит» составил 46266 т. р., что говорит о экономической целесообразности внедрения предлагаемых мероприятий.

Список используемых источников

1. Абдюшева Д. Р. Методические рекомендации по оценке транспортно-экспедиционного обслуживания// Вестник университета. 2021. № 7. С. 83–89.
2. Беляев В.И. Б43 Маркетинг: основы теории и практики: учебник / В.И. Беляев. М.: КНОРУС, 2019. 672 с.
3. Божук, С. Г. Маркетинговые исследования: учебник для вузов / С. Г. Божук. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 304 с.
4. Голубков, Е. П. Маркетинг для профессионалов: практический курс: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Е. П. Голубков. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 474 с.
5. Голубкова, Е. Н. Интегрированные маркетинговые коммуникации: учебник и практикум для вузов / Е. Н. Голубкова. 3-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 363 с.
6. Горелова, Т. П. Перспективы программы лояльности потребителей в условиях развития цифровизации / Т. П. Горелова, И. А. Левитская // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 1. № 10. С. 122-128.
7. Григорьев, М. Н. Маркетинг: учебник для вузов / М. Н. Григорьев. 5-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 559 с.
8. Григорян, Е. С. Маркетинговые коммуникации: учебник / Е. С. Григорян. Москва: ИНФРА-М, 2021. 294 с.
9. Егоров, Ю. Н. Основы маркетинга: учебник / Ю.Н. Егоров. – 2-е изд., перераб. и доп. Москва: ИНФРА-М, 2021. 292 с.
10. Егоров, Ю. Н. Управление маркетингом: учебник / Ю.Н. Егоров. Москва: ИНФРА-М, 2020. 238 с.

11. Егоршин, А. П. Эффективный маркетинг организации: учебник для вузов / А. П. Егоршин. 2-е изд., доп. и перераб. Нижний Новгород: НИЭМ, 2020. 302 с.
12. Инновационный маркетинг: учебник для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 474 с.
13. Информационные технологии в маркетинге: учебник и практикум для вузов / С. В. Карпова [и др.]; под общей редакцией С. В. Карповой. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 367 с.
14. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие для вузов / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова; под общей редакцией Н. Я. Калюжновой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2021. 170 с.
15. Карасев, А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум для вузов / А. П. Карасев. – 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 315 с.
16. Карпова, С. В. Маркетинг: теория и практика: учебное пособие для бакалавров / С. В. Карпова. Москва: Издательство Юрайт, 2019. 408 с.
17. Карпова, С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика: учебное пособие для вузов / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин; под общей редакцией С. В. Карповой. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 181 с.
18. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций: учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 486 с.
19. Контрагент ООО "Строймонолит" досье №1036301001428 от 27.10.2023 URL: https://www.audit-it.ru/contragent/1036301001428_ooo-stroymonolit
20. Корнева, М. А. Особенности управления качеством услуг в сфере транспортно-экспедиционного обслуживания // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2019. № 4-2. С. 207–209.

21. Корнеева, И. В. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / И. В. Корнеева, В. Е. Хруцкий. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 436 с.
22. Королева, Е. А., Филатова, Е. В. Сущность качества транспортно-экспедиционного обслуживания // Вестник государственного университета морского и речного флота им. адмирала С. О. Макарова. 2018. № 3. С. 152–157.
23. Карх Д. А., Аббазова В. Н. Конкурентоспособность логистической компании на рынке транспортных услуг // Московский экономический журнал. 2022. №12. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-logisticheskoy-kompanii-na-rynke-transportnyh-uslug> (дата обращения: 27.09.2023).
24. Короткова, Т. Л. Управление маркетингом: учебник и практикум для вузов / Т. Л. Короткова. 2-е изд., испр. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 242 с.
25. Коряк, В. А. Специфика маркетинга взаимодействия в сетях: сущность и развитие // Вестник Ростовского государственного экономического университета (РИНХ). 2019. № 4 (36). С. 117–125.
26. Кузьмина, Е. Е. Маркетинг: учебник и практикум для вузов / Е. Е. Кузьмина. 2-е изд., перераб. и доп. Москва: Издательство Юрайт, 2021. 419 с.
27. Программа управления логистикой Cargo URL: <https://ul.su/cargo/>

Приложение А
Отчет о финансовых результатах ООО «Строймонолит» за 2021–2022 гг.

Таблица А.1 – Отчет о финансовых результатах

		Коды		
		0710002		
		Дата (число, месяц, год)		
		01	01	2023
Организация	ООО «Строймонолит»	по ОКПО		
		04731427		
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН		
		6321094450		
Вид экономической деятельности	Деятельность автомобильного грузового транспорта	по ОКВЭД		
		49.41		
Организационно-правовая форма/форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью	по ОКФС		
		65	16	
ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС		
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ		

Местонахождение (адрес): 445030, Самарская обл, Тольятти г, 40 лет Победы ул, дом № 17В.

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	20			21			г.4
			20	22	г.3	20	21	г.4	
	Выручка	2110	1 759 31			1308 016			
	Себестоимость продаж	2120	(741 118)	(608 064)	
	Валовая прибыль (убыток)	2100	180 197			199 952			
	Коммерческие расходы	2210	(22 012)	(82 143)	
	Управленческие расходы	2220	(85 577)	(40 070)	
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	210 608			77 739			
	Доходы от участия в других организациях	2310	37 000			4 000			
	Проценты к получению	2320	48 618			77 454			
	Проценты к уплате	2330	(473)	(31)	
	Прочие доходы	2340	545 439			30 381			
	Прочие расходы	2350	(281 324)	(614 319)	
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	75 700			30 568			
	Текущий налог на прибыль	2410	(12 173)	(5 234)	
	в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	16			948			
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-			-			
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-			-			
	Прочее	2460	-80			-54			
	Чистая прибыль (убыток)	2400	563 400			345 283			

Приложение Б
Отчет о финансовых результатах ООО «Строймонолит» за 2020–2021 гг.

Таблица Б.1 – Отчет о финансовых результатах

		Коды		
Форма по ОКУД		0710002		
Дата (число, месяц, год)		01	01	2021
Организация	ООО «Строймонолит»	по ОКПО	04731427	
Идентификационный номер налогоплательщика		ИНН	6321094450	
Вид экономической деятельности	Деятельность по предоставлению финансовых услуг Деятельность автомобильного грузового транспорта	по ОКВЭД	49.41	
Организационно-правовая форма/форма собственности	Общество с ограниченной ответственностью		65	16
ограниченной ответственностью / Частная собственность		по ОКОПФ/ОКФС		
Единица измерения: тыс. руб.		по ОКЕИ		

Местонахождение (адрес) :445030, Самарская обл, Тольятти г, 40 лет Победы ул, дом № 17В.

Пояснения 1	Наименование показателя 2	Код	г.3			г.4		
			20	21		20	20	
	Выручка 5	2110	1 308 016			1 100 016		
	Себестоимость продаж	2120	(608 064)	(589 064)
	Валовая прибыль (убыток)	2100	199 952			99 952		
	Коммерческие расходы	2210	(82 143)	(2 158)
	Управленческие расходы	2220	(40 070)	(40 078)
	Прибыль (убыток) от продаж	2200	77 739			77 739		
	Доходы от участия в других организациях	2310	4000			4 000		
	Проценты к получению	2320	77454			77 454		
	Проценты к уплате	2330	(31)	(31)
	Прочие доходы	2340	30381			30 381		
	Прочие расходы	2350	(614319)	(14 369)
	Прибыль (убыток) до налогообложения	2300	30568			30 568		
	Текущий налог на прибыль	2410	(5234)	(5 234)
	в т. ч. постоянные налоговые обязательства (активы)	2421	948			89		
	Изменение отложенных налоговых обязательств	2430	-			-		
	Изменение отложенных налоговых активов	2450	-			-		
	Прочее	2460	-54			-81		
	Чистая прибыль (убыток)	2400	345283			254265		

Приложение В
Бухгалтерский баланс ООО «Строймонолит» за 2020–2021 гг.

Таблица В.1 – Бухгалтерский баланс

<i>Информация из Государственного информационного ресурса бухгалтерской (финансовой) отчетности (Ресурс БФО)</i>					
Дата формирования информации	27.10.2023				
Номер выгрузки информации	0710096_6321094450_2019_000_20231027				
Полное наименование юридического лица	Общество с ограниченной ответственностью "СтройМонолит"				
ИНН	6321094450				
КПП	632101001				
Код по ОКПО	54018752				
Форма собственности (по ОКФС)	16				
Организационно-правовая форма (по ОКОПФ)	12300				
Вид экономической деятельности по ОКВЭД 2	46.42				
Местонахождение (адрес)	445030, Самарская обл, Тольятти г, 40 лет Победы ул, дом № 17В, оф. 1001				
Единица измерения	<u>Тыс. руб.</u>				
<i>Пояснения¹</i>	<i>Наименование показателя</i>	<i>Код строки</i>	<i>На 31 декабря 2022 года</i>	<i>На 31 декабря 2021 год</i>	<i>На 31 декабря 2020 года</i>
АКТИВ					
	Материальные внеоборотные	1150	10	20	50
	Нематериальные, финансовые и	1170	290	320	380
	Запасы	1210	2010	1630	1270
	Денежные средства и денежные	1250	0	40	70
	Финансовые и другие оборотные	1230	5460	6340	4210
	БАЛАНС	1600	7770	8350	5980
ПАССИВ					
	Капитал и резервы ⁵	1300	6268	6916	4801

Продолжение таблицы В.1

	Целевые средства	1350	-	-	-
	Фонд недвижимого и особо ценного движимого	1360	-	-	-
	Долгосрочные заемные средства	1410	-	-	-
	Другие долгосрочные	1450	-	-	-
	Краткосрочные заемные средства	1510	1 123	1 110	1 032
	Кредиторская	1520	392	324	147
	Другие краткосрочные	1550	-	-	-
	БАЛАНС	1700	7770	8350	5980