



**Помощь студентам
онлайн! Без посредников!
Без предоплаты!
<http://diplomstudent.net/>**

Доклад

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается выпускная квалификационная работа на тему: «Роль взаимосвязи системы маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия» (слайд 1)

Актуальность темы исследования (слайд 2)

В условиях цифровой трансформации бизнеса, роста интенсивности конкурентной борьбы фактором повышения эффективности деятельности современного предприятия является формирование и развитие системы взаимодействия логистики и маркетинга. Это объясняется тем, что они представляют собой:

- а) взаимосвязанные концепции управления: логистика как потоковая, маркетинговая – как рыночная концепции;
- б) основу реализации стратегии: логисти-

ка – основа реализации маркетинговой стратегии, маркетинг – основа разработки логистической стратегии и оптимизации логистической системы; в) инструменты достижения и удержания конкурентных преимуществ. Вместе они создают новые условия и дополнительные возможности повышения ценности продукта (услуги) и его предложения для потребителя, что повышает степень его удовлетворенности покупкой и определяет его готовность стать постоянным клиентом компании. Это является условием достижения ее конкурентоустойчивости, повышения уровня и усиления конкурентных преимуществ в долгосрочном периоде, а также приведения ее стратегического потенциала в соответствие с условиями внешней среды.

Качество и полнота реализации логистических и маркетинговых функций оказывает, таким образом, положительное влияние на конкурентоспособность и конкурентоустойчивость предприятия. Маркетинговая аналитика исследует и прогнозирует потребности покупателей; логистический инструментарий позволяет синхронизировать во времени и пространстве потоки товаров и услуг и своевременно удовлетворять выявленный маркетингом спрос. Поскольку каждый рынок характеризуется своей целевой аудиторией, следовательно, практические вопросы оценки конкурентоспособности и обеспечения конкурентоустойчивости должны быть связаны с конкретным рынком и способностью предприятия: противостоять усиливающемуся конкурентному давлению и нейтрализовать негативные воздействия агрессивной среды; возвращаться в исходно-позитивное состояние и поддерживать свою организационную целостность при проявлении гибкости организационно-управленческой структуры; формировать целостно динамическую равновесную систему, самостоятельно организующую эффективное достижение организационных целей и определяющую ориентиры стратегического развития.

Логистика и маркетинг тесно связаны друг с другом и играют важную роль в успешной деятельности компании. Взаимосвязь между этими двумя областями позволяет оптимизировать процессы и повысить уровень обслуживания клиентов. Однако, существуют вызовы и проблемы, которые могут возник-

нуть при взаимодействии логистики и маркетинга, поэтому важно применять рекомендации по оптимизации этой взаимосвязи. В целом, понимание и управление логистикой и маркетингом являются ключевыми компетенциями для успешного бизнеса.

Цель и задачи исследования(слайд 3)

Целью работы является- разработка мероприятий по улучшению взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия. Для достижения указанной цели, необходимо решить следующие задачи: описать теоретические аспекты взаимосвязи системы маркетинговых и логистических исследований; дать оценку взаимосвязи системы маркетинговых и логистических исследований на примере анализируемого предприятия; предложить план мероприятий по улучшению взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия; оценить эффективность предложенных мероприятий.

Объект и предмет исследования (слайд 4)

Объектом исследования является предприятие- ООО «ТрансПарк». Предмет исследования- взаимосвязи системы маркетинговых и логистических исследований предприятия ООО «ТрансПарк».

Теоретические аспекты исследования (слайд 5)

Логистика – это наука о планировании, контроле и управлении материальными товарными потоками от поставщика до конечного потребителя (в том числе транспортировка, складирование, распределение) включая и информационное обеспечение. Маркетинг – это процесс выявления, предугадывания по-

требностей клиентов, организации соответствующей ожиданиям рекламы и производства с целью повышения количества продаж и максимизации прибыли. Функциональными областями маркетинга и логистики являются: производство, сбытовая политика, ценовая политика, продвижение, информационная система.

Логистика и маркетинг взаимодействуют для удовлетворения потребностей клиентов и достижения конкурентных преимуществ на рынке. Маркетинг и логистика также взаимосвязаны в планировании и управлении запасами. Маркетинг анализирует спрос на товары и прогнозирует его изменения, чтобы логистика могла правильно планировать запасы и обеспечить их наличие в нужное время. Логистика, в свою очередь, отвечает за оптимальное управление запасами, чтобы избежать излишков или нехватки товаров.

Кроме того, маркетинг и логистика взаимодействуют в обработке заказов и управлении доставкой. Маркетинг обеспечивает информацию о заказах и требованиях клиентов, чтобы логистика распределения могла эффективно выполнить доставку и удовлетворить потребности клиентов. Логистика отвечает за обработку заказов, упаковку товаров и их доставку клиентам. Таким образом, маркетинг и логистика тесно взаимосвязаны и взаимодействуют друг с другом для достижения общих целей. Они работают вместе для обеспечения точности и надежности поставок, управления запасами, обработки заказов и удовлетворения потребностей клиентов. Их совместное усилие помогает компании достичь конкурентных преимуществ на рынке и повысить уровень удовлетворенности клиентов.

Общая характеристика предприятия ООО «ТрансПарк» (слайд 6)

Транспортная компания ООО «ТрансПарк» работает под брендом «TransPark» и оказывает различные виды услуг: грузоперевозки по Москве; осуществление всех видов переездов: квартирных, офисных, дачных; проведение такелажных работ; услуги грузчиков; грузового такси; подбор оптимально-

го пакета по страхованию грузов; профессиональная охрана грузов; услуги по транспортировке мебели; перевозку сейфов по Москве и области; услуги экспедирования; услуги логистики.

Компания работает как с физическими, так и с юридическими лицами, предоставляет различные скидки и программы лояльности для корпоративных клиентов. В организации разработана линейно-функциональная структура управления, возглавляет компанию генеральный директор, в его подчинении находятся все службы организации. Все сотрудники осуществляют деятельность на основании должностных инструкций и правил техники безопасности. Больше всего сотрудников в компании - мужчины, среднесписочная численность на протяжении 2020-2023 гг. колеблется от 55-61 человек.

Анализ финансовых показателей предприятия ООО «ТрансПарк» с 2021-2023 гг. (слайд 7)

Анализ финансовых показателей компании ООО «ТрансПарк» с 2021-2023 гг. показал, что финансовое положение ухудшилось. Компания является финансово зависимой, так как наибольший удельный вес в структуре капитала приходится на заемные источники финансирования. Более того, в 2022 году компания вместо прибыли имела убыток, к 2023 году ситуация улучшилась, однако, прибыль является незначительной. Низкими замечены и показатели ликвидности и рентабельности, а к уровню 2021 года они существенно снизились. Коэффициенты деловой активности также подтверждают не лучшую динамику развития организации.

Оценка взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия ООО «ТрансПарк» (слайд 8)

Оценка взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия показала, что существуют точки соприкосновения маркетинга и логистики, областями взаимодействия маркетинга и логистики являются: упаковка груза; система стимулирования сбыта, программы лояльности; планирование и выбор каналов товародвижения; установление конкурентоспособной цены, акции, скидки; разработана стратегия продвижения товара (реклама, интернет-сайт имеется, скидки, акции и т.д.); организация информационного обеспечения системы сбыта (формирование маркетинговой и логистической информационной системы).

Отдельного отдела по логистическим исследованиям в компании нет, и маркетинговыми и логистическими исследованиями занимается отдел маркетинга. При этом, в основном проводятся количественные маркетинговые и логистические исследования, анализируется отрасль, динамика развития транспортно-логистических услуг в России, а также в разрезе регионов и так далее. Однако, согласованность логистических и маркетинговых исследований слабо развита.

**Мероприятия по совершенствованию взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в деятельности предприятия ООО «ТрансПарк»
(слайд 9)**

Чтобы организация успешно развивалась необходимо принятие сильных управленческих решений, которые будут способствовать росту бизнеса. Для совершенствования согласованности логистических и маркетинговых исследований в компании ООО «ТрансПарк», были предложены следующие мероприятия: внедрение вакансии специалист «Data Scientist» (повышение квалификации на курсах), совершенствование структуры отдела маркетинга (сокращение одной вакансии маркетолога), внедрение чат -бота для опросов с целью проведения маркетинговых и логистических исследований. Так как маркетинговыми и логистическими исследованиями, а также аналитикой больших данных (Big

Data) будет заниматься один специалист, ему в помощь будет искусственный интеллект; это позволит повысить качество и согласованность логистических и маркетинговых исследований.

Экономическая эффективность мероприятий по улучшению взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований в ООО «ТрансПарк» (слайд 10)

В результате рассмотренных мероприятий, произойдет сокращение затрат на 20,0%, существенно увеличится валовая прибыль и прибыль от продаж, а показатели рентабельности почти с нулевых значений, сформируют свои показатели в пределах 20,0-ти процентов. В частности, валовая рентабельность возрастет до 24,68%, чистая рентабельность составит 19,57%. Показатели эффективности следует рассматривать, как прогнозируемые, на самом деле эффективность может быть выше или ниже данных значений. В любом случае, рассмотренные мероприятия необходимы компании ООО «ТрансПарк», так это существенно изменит не только согласованность логистических и маркетинговых исследований, но и в целом повлияет на изменение стратегии развития транспортно-логистического предприятия.

Практическая значимость исследования (слайд 11)

Практическая значимость исследования заключается в том, что предложенные рекомендации, направленные на улучшение взаимосвязи маркетинговых и логистических исследований, могут быть применены на практике анализируемой организации ООО «ТрансПарк».

Доклад окончен. Спасибо за внимание! (слайд 12)