

Слайд 1

Здравствуйте, уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ (ПРОЕКТА) – «Стратегический анализ внутренней и внешней среды предприятия (на примере ООО «Космовит»»).

Слайд 2

Целью исследования является оценка влияния внешних и внутренних факторов на эффективность деятельности предприятия.

Достижению цели способствовали задачи, представленные на слайде.

Слайд 3

ООО «Космовит» можно отнести к социально-значимой организации. Помимо своей успешной экономической деятельности, она уделяет внимание социальным аспектам, таким как благоустройство, создание рабочих мест и поддержание специальных условий труда.

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по кадровым ресурсам представлен на рисунке. Цифрами на графике обозначены отдельные характеристики корпоративного профиля компании.

Кадровые ресурсы для ООО «Космовит» являются наиболее важными. Сильными сторонами, попадающими в высокоценный актив компании, являются: высокий уровень квалификации и достаточная компетентность сотрудников, передача опыта молодым специалистам посредством наставничества, преобладание сотрудников с высшим образованием, наличие системы обучения и повышения квалификации персонала, наличие системы подбора персонала, а также высокий средний уровень заработной платы сотрудников. Проблемами, требующими внимания для формирования конкурентоспособности предприятия, являются низкая мотивация персонала и высокая текучесть кадров. Данные проблемы требуют первостепенного внимания. «Бесполезные усилия»: обмен опытом между сотрудниками, наличие корпоративной культуры и межличностные отношения. «Балластом» являются наличие команды единомышленников, высокий средний возраст сотрудников, ненормированный рабочий день сотрудников, несогласованность и вражда между некоторыми отделами.

Слайд 4

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по финансовым ресурсам представлен на рисунке.

Финансовая политика ООО «Космовит» характеризуется такими сильными сторонами как отсутствие «серых схем» в расчетах с поставщиками и персоналом, гибкость финансовой политики, высокий показатель чистой прибыли. Однако сильным недостатком является наличие и чрезмерная зависимость фирмы от заемного капитала, что в настоящее время чревато серьезными последствиями.

Слайд 5

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по информационным ресурсам представлен на рисунке.

Информационные ресурсы предприятия характеризуются преобладанием сильных сторон. Организация полностью оснащена необходимой компьютерной техникой и специализированными программными продуктами. Сотрудники компании обладают достаточным уровнем компьютерной грамотности. К «бесполезным усилиям» следует отнести возможности использования высокоскоростного интернет канала, недостаточно полный уровень внедрения и использования имеющихся программных продуктов, наличие единой корпоративной сети передачи данных, наличие неудобной для пользования автоматизированной системы документооборота, оснащение техническими средствами выпуска проектно-сметной документации, конфиденциальность внутренней информации. Слабыми же сторонами, не играющими особой роли, так называемым «балластом», является отсутствие единой стандартной среды взаимодействия.

Слайд 6

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по материальным ресурсам представлен на рисунке.

Активами компании, а значит, ее сильными сторонами по материальным ресурсам являются достаточность помещений для текущей деятельности, оснащенность рабочих мест, а также наличие всего необходимого для реализации комплексных инжиниринговых проектооборудования. Беспольными усилиями в данном случае оказывается наличие собственного автопарка. Так называемым «балластом» является плохое техническое состояние оборудования, связанное со значительной изношенностью.

Слайд 7

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по производственному блоку и рынку представлен на рисунке.

Сильными сторонами предприятия по производственному блоку являются возможность предоставления комплексного набора услуг научно-исследовательского и проектного плана, большой опыт работы в

фармацевтике, понимание требований заказчиков, высокое качество продукции, лидирующие позиции на рынке, а также и наличие филиальной сети в других регионах. «Балластом» же является наличие системы менеджмента качества на базе стандартов, которая на практике еще не внедрена. К сильным сторонам ООО «Космовит», недостаточно важным для обеспечения успеха на рынке, относятся устойчивые партнерские отношения с постоянными заказчиками и наличие системы менеджмента качества на базе стандартов.

Слайд 8

Анализ закрепления сильных и слабых сторон ООО «Космовит» по регламентам и корпоративному управлению представлен на рисунке.

К высокоценным активам компании по регламентам и корпоративному управлению можно отнести лидерство генерального директора, наличие системы стратегического управления, правильно выстроенную организационную структуру управления. Наиболее важными проблемами в этой области являются неэффективная система планирования и управления процессом проектирования, слабое понимание руководством важности долгосрочного планирования. «Бесполезными усилиями» является наличие отдела маркетинга.

Слайд 9

Из представленной диаграммы видно, что в современных условиях ООО «Космовит» в основном для представления своих услуг потенциальным клиентам используют телевизионную рекламу -38%, а также другие средства СМИ – 27%.

По результатам анализа установлено, что компании ООО «Космовит» необходимо разрабатывать мероприятия по удержанию существующих клиентов и привлекать новых, чтобы не потерять позиции отечественного производителя и реализатора лекарственно-оздоровительной продукции в России.

Слайд 10

Сравнив плюсы и минусы при использовании рекламных средств, ООО «Космовит» следует выбрать наиболее оптимальные средства распространения.

Реклама требует больших денег, которые легко растратить, если руководство ООО «Космовит» не сумеет точно сформулировать задачу, принять продуманное решение относительно рекламного бюджета.

Слайд 11

Для выбора носителя рекламы и времени ее выхода определить охват аудитории, относительный тариф, индекс избирательности.

Зная тарифы на подачу объявлений на телеканалах телевидения г. Москвы, рассчитав индекс избирательности и долю аудитории на целевом рынке выберем канал для размещения рекламного ролика или бегущей строки. С дальнейшим анализом наиболее выгодного канала и времени размещения рекламы.

Слайд 12

По результатам анализа произошел рост основных финансово-экономических показателей деятельности ООО «Космовит» в прогнозном 2019 году.

Таким образом, необходимо отметить, что данные мероприятия имеют высокую эффективность для ООО «Космовит», так как произошло увеличение чистой прибыли ООО «Космовит» на 135,92% или на 1085 тыс.руб., рентабельность продаж выросла на 2,28% и достигла уровня 14,64%.

Слайд 13

По результатам проведенного анализа можно сделать вывод, что перед ООО «Космовит» стоит задача достижения лидерства по ряду стратегических направлений деятельности.

Стимулирование сбыта ООО «Космовит» включает в себя все виды деятельности по продвижению бренда, направленные на стимулирование действий покупателя, другими словами, способные стимулировать незамедлительную продажу детских товаров, и включают в себя, как правило, комплекс рекламных мероприятий.

Предполагается, что реализация разработанных в данной работе мероприятий будет способствовать повышению финансовых результатов ООО «Космовит».

Слайд 14

Таким образом, Цель работы достигнута.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.