

Слайд 1

Уважаемый председатель, уважаемые члены государственной аттестационной комиссии! Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Оценка инновационного потенциала предприятия (на примере ООО «Смарт»)**».

Слайд 2

Итак, **целью** работы является оценка инновационного потенциала предприятия (на примере ООО «Смарт»).

Задачи исследования представлены на слайде.

Слайд 3

Итак, ООО «Смарт» является надежным и стабильным мебельным предприятием, которое имеет всю необходимую материально-техническую базу, успешно развивает свою финансово-хозяйственную деятельность, наращивает обороты, создает свой рынок сбыта продукции. Осуществление деятельности предприятия производится определенной структурой управления ООО «Смарт». За организацию и развитие инновационного потенциала на предприятии отвечает каждое структурное подразделение, выполняющее свои функции.

Слайд 4

В свою очередь, способом оценивания инновационного потенциала предприятия является SWOT-анализ, который дает возможность не просто оценить способность предприятия реализовывать инновации, но и определить, каким образом влияет на эту способность инновационный климат внешней среды. Результатами проведения анализа является определение сильных и слабых сторон предприятия. Данные таблицы свидетельствуют о сильных сторонах предприятия, выраженных в кадровом и производственно-технологическом потенциалах. При этом слабые стороны выражены в научно-техническом потенциале.

Слайд 5

Далее оценку финансовой устойчивости предприятия проводят используя следующие показатели, представленные на слайде. Таким образом, в целом финансовое состояние предприятия характеризуется как неудовлетворительное: несмотря на наращивание хозяйственного потенциала, ликвидность предприятия отличается от абсолютной, показатели платежеспособности сильно отклоняются от нормативных значений и лишь в 2020 году намечена тенденция приближения к норме, ООО «Смарт» не

является финансово устойчивым, так как формирование его деятельности происходит при большой концентрации заемного капитала и предприятие очень зависимо от внешних источников финансирования.

Слайд 6

Также в качестве ключевых возможностей предприятия выделяются кадровый потенциал за счет создания мощной команды профессионалов, производственно-технологический за счет совершенствования технологии производства, научно-технический потенциал за счет расширения каналов сбыта, роста темпов рыночного спроса, информационных технологий. Основные угрозы проявляются в производственно-технологическом потенциале как схожесть продукции с конкурентами, сбои в поставках продукции и материалах, а также финансово-экономическом в части повышении цен поставщиками и появлении конкурентов с более низкими издержками.

Слайд 7

Таким образом, проведенный анализ инновационного потенциала предприятия выявил ряд проблем, локализация которых позволит ООО «Смарт» усилить свои позиции на мебельном рынке. Ключевые проблемные зоны и основные направления их нейтрализации с целью развития инновационного потенциала предприятия представлены на рисунке.

Слайд 8

Далее в качестве первого направления совершенствования инновационного подхода в деятельности предприятия предлагается использование современных технологий объемного (3D) изображения в мебельном производстве. Использование технологий объемного изображения в мебельном производстве позволяет нанести рисунок на большинство мебельных поверхностей.

Слайд 9

Следует также отметить, что для решения художественных задач для работников ООО «Смарт» не должно вызывать никаких проблем. С этой целью должно реализовываться второе направление инновационного развития предприятия. Профессиональный опыт специалистов ООО «Смарт» совместно с использованием современных технологий печати будут являться гарантией высокого качества исполнения работ. Общая схема работ менеджеров представлена на рисунке. Такая схема работы позволит наиболее полно удовлетворять потребности заказчиков в мебельных решениях. Использование элементов визуализации мебельных проектов позволит

расширить рынок сбыта продукции, сформировать индивидуальный подход к клиентам, удовлетворить запросы самых разных заказчиков. Несомненно, такие изменения на предприятии должны сопровождаться информационно-маркетинговым продвижением – третье направление инновационного развития ООО «Смарт».

Также для полноценной реализации предлагаемых выше решений необходима разработка рекламной стратегии ООО «Смарт». Главной целью рекламной компании является информирование населения об имеющейся эксклюзивных видах продукции предприятия, возможности различных цветовых воплощений в мебельном производстве и привлечение к сотрудничеству заинтересованных юридических и физических лиц, завоевание большей доли мебельного рынка, создание благоприятного имиджа предприятия.

Слайд 10

В результате общий итог от предлагаемых мероприятий представлен в таблице. Общая окупаемость по всем мероприятиям составляет около полу года.

Таким образом, ООО «Смарт» благодаря внедрению предлагаемых мероприятий по реализации по реализации инновационного потенциала удастся ежегодно увеличивать свой оборот на 8 194 тыс. руб. как минимум и уже спустя полгода получить полноценную прибыль в размере 4 194 тыс. руб. в год. Такие финансовые прогнозы доказывают необходимость и целесообразность применения описанных мероприятий.

Слайд 11

Таким образом, рассматриваемое предприятие ООО «Смарт» обладает достаточно большим опытом, собственным мебельным производством, широким ассортиментом продукции, обширной клиентской базой. Эти сильные стороны предприятия дают ему возможность занимать хорошие позиции на мебельном рынке. При этом необходимо отметить существующую жесткую конкуренцию на мебельном рынке и постоянное усиление позиций конкурентов. В этой связи для полноценного существования в данном сегменте рынка и его развития ООО «Смарт» просто необходимо использовать все свои сильные стороны и направлять весь комплекс усилий на реализацию стратегии роста.

Слайд 12

Таким образом, Цель работы достигнута. Спасибо за внимание! Доклад окончен.