

Выпускная квалификационная работа
на тему: «Инновационная политика,
как фактор повышения антикризисной
устойчивости торговых предприятий»»



Рисунок 1 - Система инноваций

Таблица 1 – Должностные обязанности сотрудников фрилансеров ООО «РАРС»

Должность	и обязанности
Генеральный директор, исполнительный директор	Формирование миссии стратегии деятельности, определение целей задач на и краткосрочные, контроль деятельности, консультация и сотрудников.
HR-менеджер	Контроль соответствия сотрудников стратегии целям компании. выполнения задач, директором. Обеспечение офиса, выполнение руководителя.
Руководитель отдела продаж (ОП), руководитель отдела исполнения (ОИ)	Формирование и целей отдела распределение между менеджерами, выполнения поставленных. Обслуживание и крупных клиентов.
	Выполнение задач в области и создания. Обеспечение бесперебойной сайтов клиентов оперативное решение web-сайтов.
по продажам, специалист по продажам	Поиск и новых клиентов. текущих клиентов, информирование клиентов новых услугах, консультация клиентов. работы специалистов рекламе и.
Специалист по, менеджер по рекламе	обслуживание клиентов. решение возникших клиентского отдела. первичной документации.
Главный бухгалтер, бухгалтер	Полное ведение бухгалтерского учета, выставление счетов, актов, выплата заработной платы, своевременная выплата налогов.

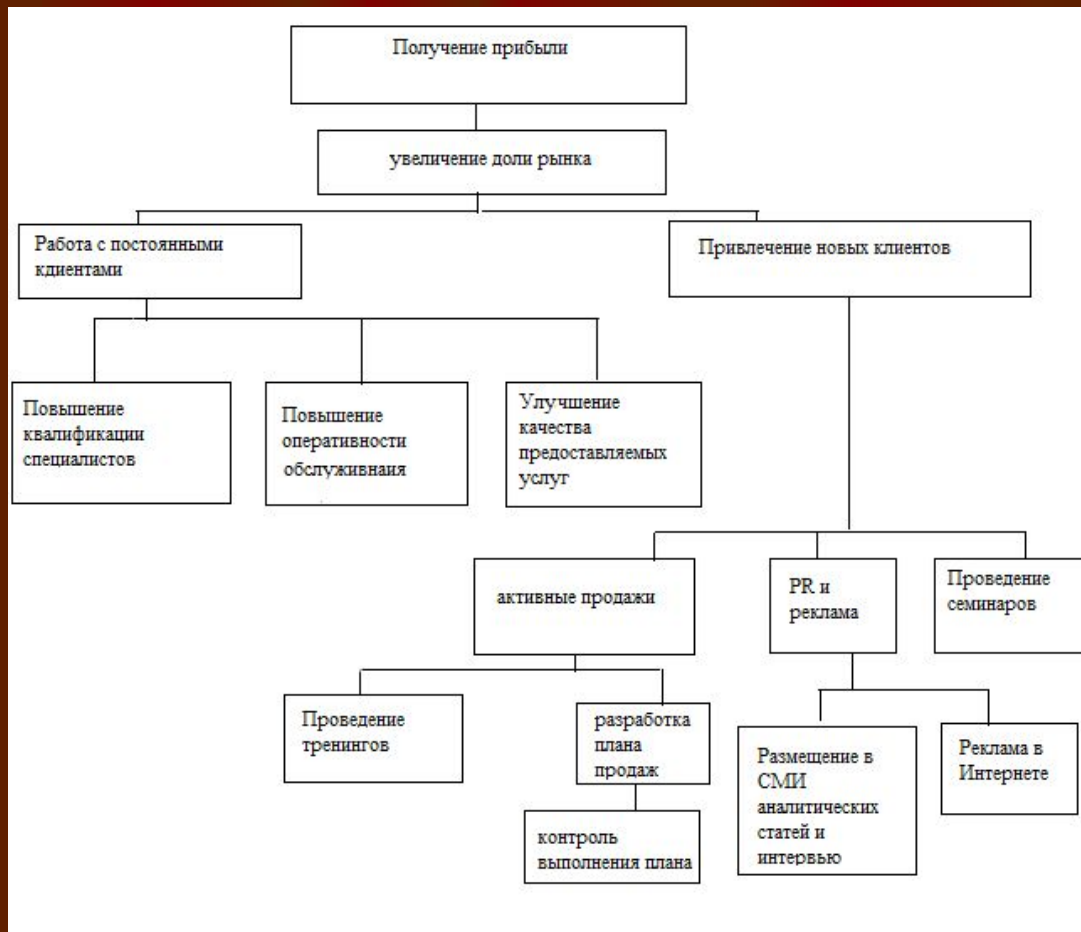


Рисунок 2 - Дерево целей ООО «РАРС»

Таблица 2 - Технико-экономические показатели в ООО «РАРС»

Наименование	Единицы	Год		
		2014	2015	2016
Товарная (стоимость оказанных услуг) в сопоставимых	тыс. .	486 000	224 800	401 000
Темп роста оказанных услуг в ценах	%	100	46,25	178,38
Фонд труда	тыс..	73 166	73 226	73 536
Себестоимость оказанных услуг	тыс. .	480 000	222 000	396 000
Рентабельность оказанных услуг	%	1,5	0,7	1,25
Затраты инновации	тыс. .	12 600	9 800	25 700
Отношение затрат инновацию к оказанным услугам	%	2,6	4,4	6,5

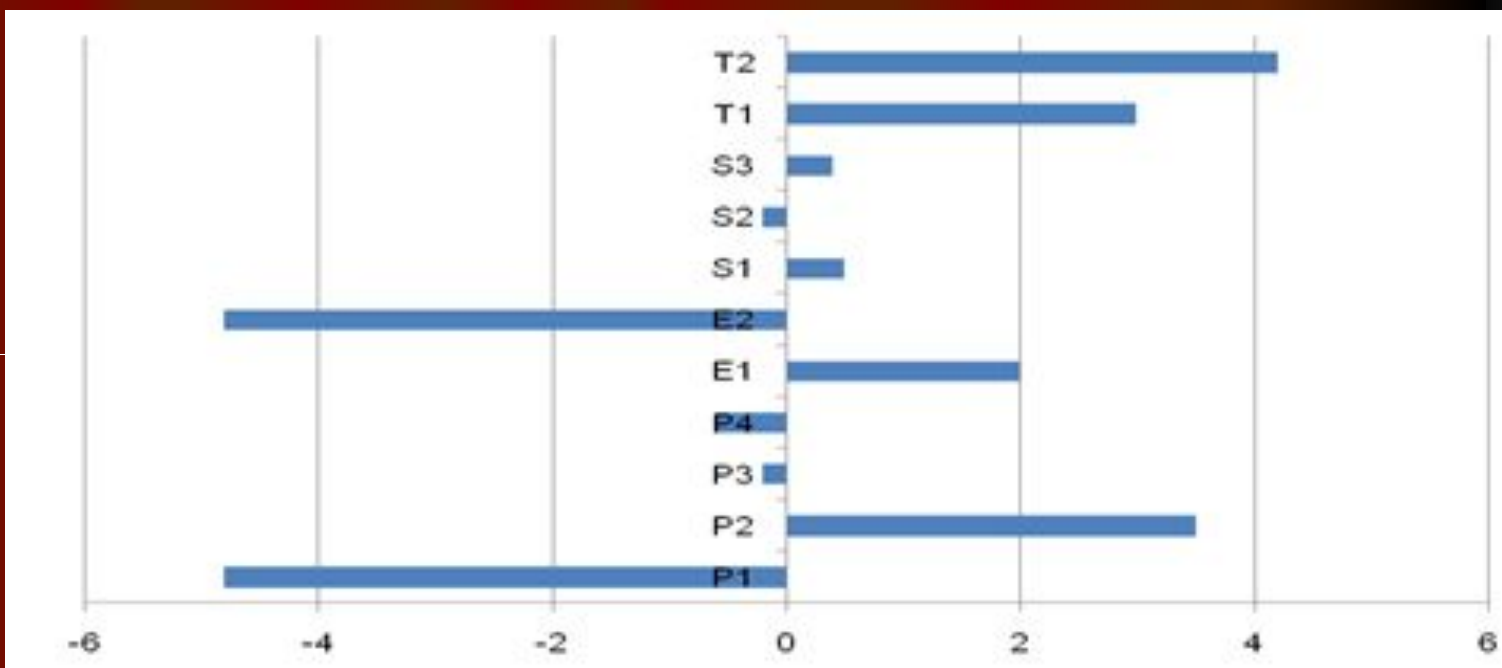


Рисунок 3 - Диаграмма PEST анализа по значительным факторам ООО «РАРС»

Таблица 3 - Анализ пяти сил Портера ООО «РАРС»

Фактор	Характеристика влияния
1. Угроза появления товаров-заменителей	Рынок рекламных услуг предлагает огромное количество самых разнообразных товаров. Поэтому появление товаров-заменителей маловероятно.
2. Угроза появления новых игроков	Рекламный рынок России сформирован и близок к состоянию насыщения. Поэтому выход на него нового игрока довольно непрост. Большими долями рынка владеют крупные туристические компании, и новым игрокам, чтобы удержаться, приходится предлагать оригинальный товар высокого качества.
3. Рыночная власть поставщиков	Ситуация с предоставлением рекламных услуг в России резко отличается от ситуации в США и Европе: западные агентства предпочитают покупать продукцию более высокого класса. Подавляющее большинство российских компаний наоборот инвестируют в более дешевые продукты. Поэтому в целом они зависят от поставщиков и заказчиков.
4. Сравнение стоимости сырья и исходных материалов и продажной цены продукта компании и конкурентов	Стоимость услуг составляет небольшую часть от стоимости продаваемых услуг. Изменение цены не слишком сильно влияет на стоимость услуг.
5. Ценовая чувствительность потребителей	Стоимость продукции может меняться в зависимости от сезона, от предлагаемой стоимости конкурентами. Кроме того существуют акционные предложения, которые значительно ниже в цене, но имеют краткий срок реализации.

Таблица 4 - Положительные и отрицательные факторы влияния модели "5 сил" М. Портера

Факторы	Бал	Вероятность воздействия факторов	Итог
Налаженные партнерские отношения	5	30%	1,5
Способность использовать новые технологии, что позволит привлечь дополнительные группы клиентов	5	50%	2,5
Неудовлетворенный спрос на услуги некоторых специалистов	5	50%	2,5
Уход с рынка фирм - конкурентов.	4	10%	0,4
Снижение уровня инфляции	2	10%	0,2
Снижение налогов	2	10%	0,2
Рост доходов населения	2	20%	0,4
Улучшение демографической ситуации.	4	30%	1,2
Государственное регулирование конкуренции в отрасли	5	50%	2,5
Появление новых технологий	5	50%	2,5

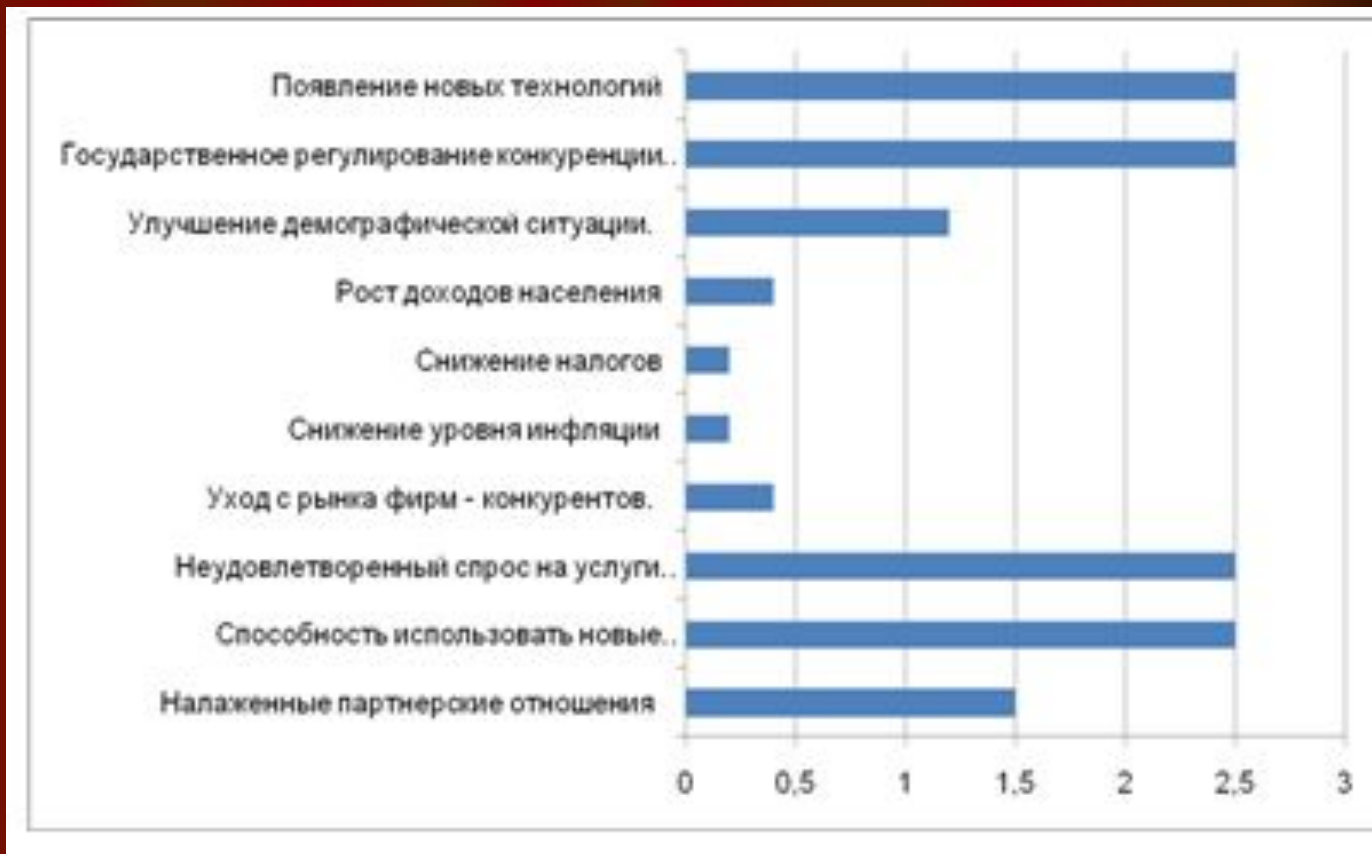


Рисунок 4 - Положительные и отрицательные факторы влияния модели "5 сил" М. Портера

Таблица 5 - Анализ отрицательных факторов

Факторы	Ба л	Вероятность воздействия факторов	Ито г
Отсутствие отдела контроля качества	5	50%	2,5
Неудовлетворенность сотрудников	5	50%	2,5
Недостаточная рекламная политика	4	50%	2
Низкий уровень менеджмента	5	50%	2,5
Нет четко разработанной маркетинговой стратегии	5	50%	2,5

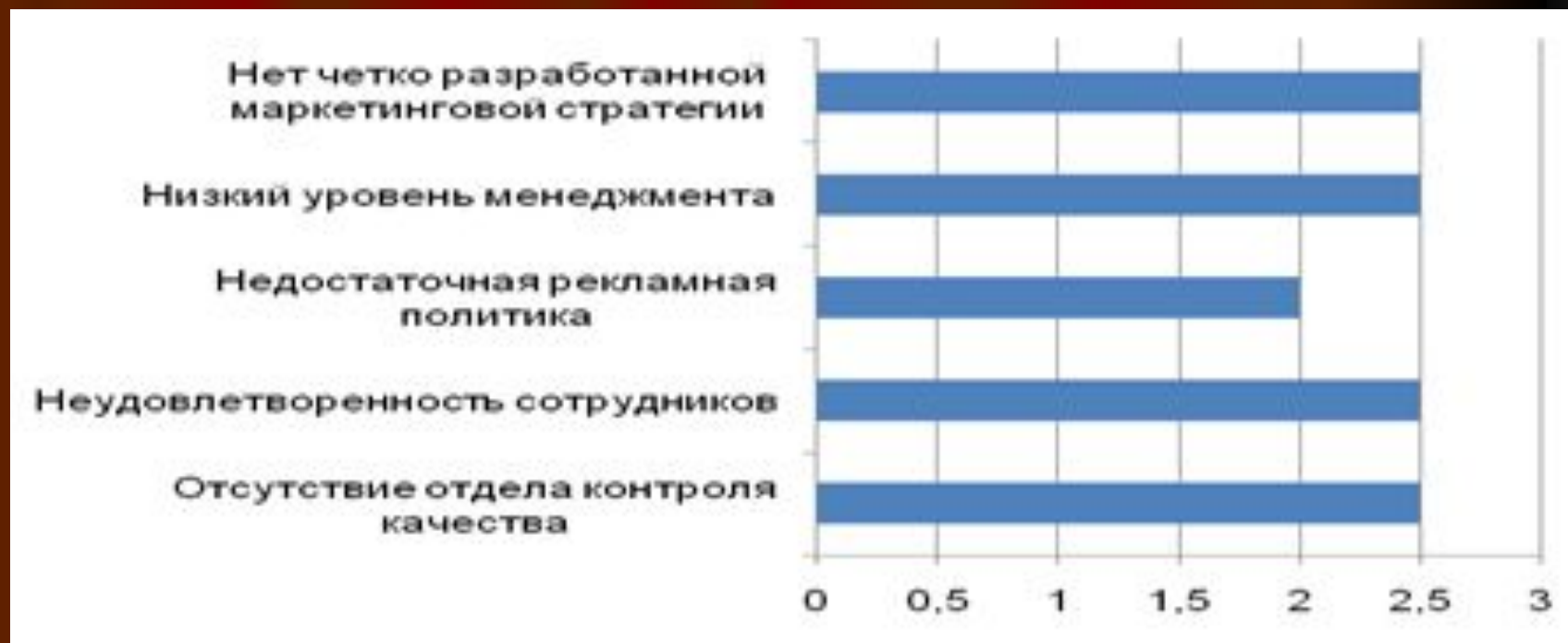


Рисунок 5 - Анализ отрицательных факторов

Доклад окончен. Спасибо за
внимание!