

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.

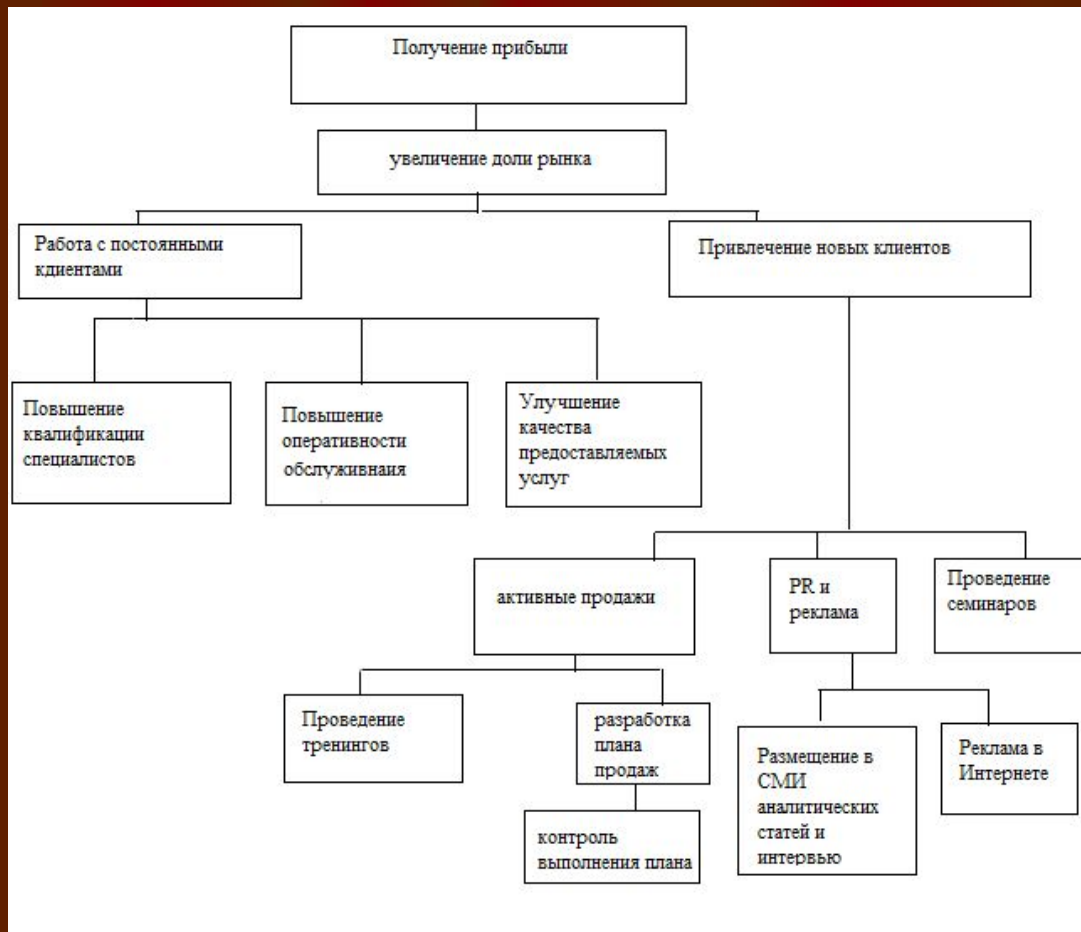


Рисунок 2 - Дерево целей ООО «РАРС»

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

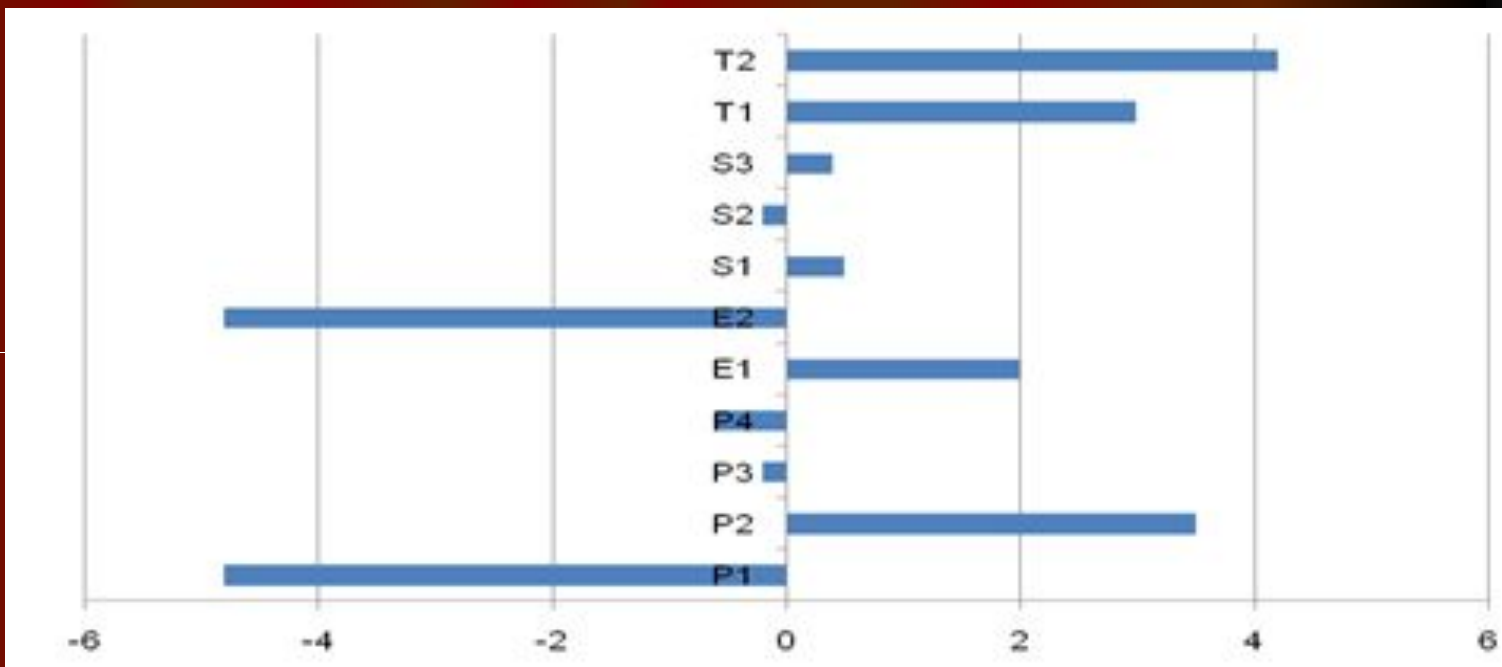


Рисунок 3 - Диаграмма PEST анализа по значительным факторам ООО «РАРС»

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

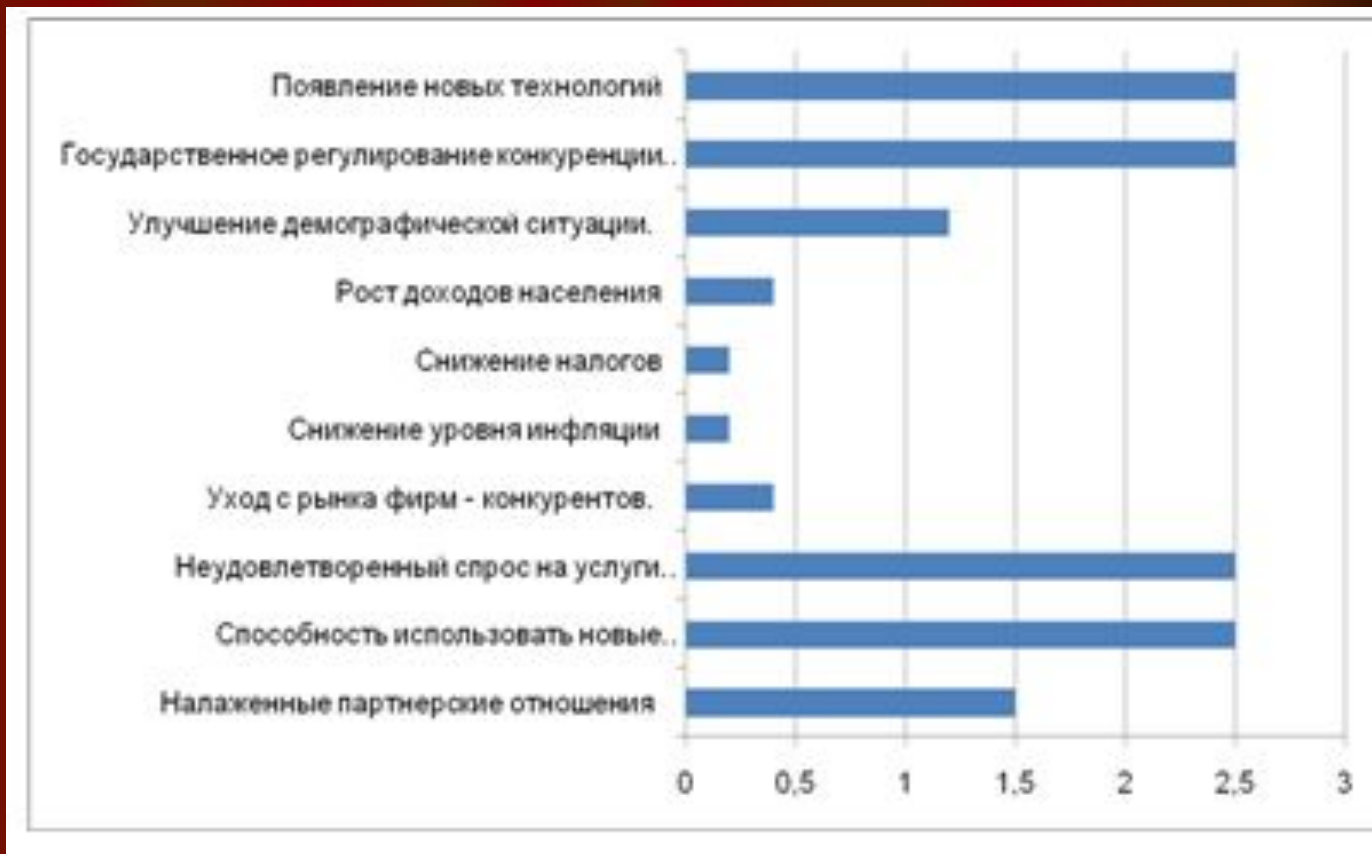


Рисунок 4 - Положительные и отрицательные факторы влияния модели "5 сил" М. Портера

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

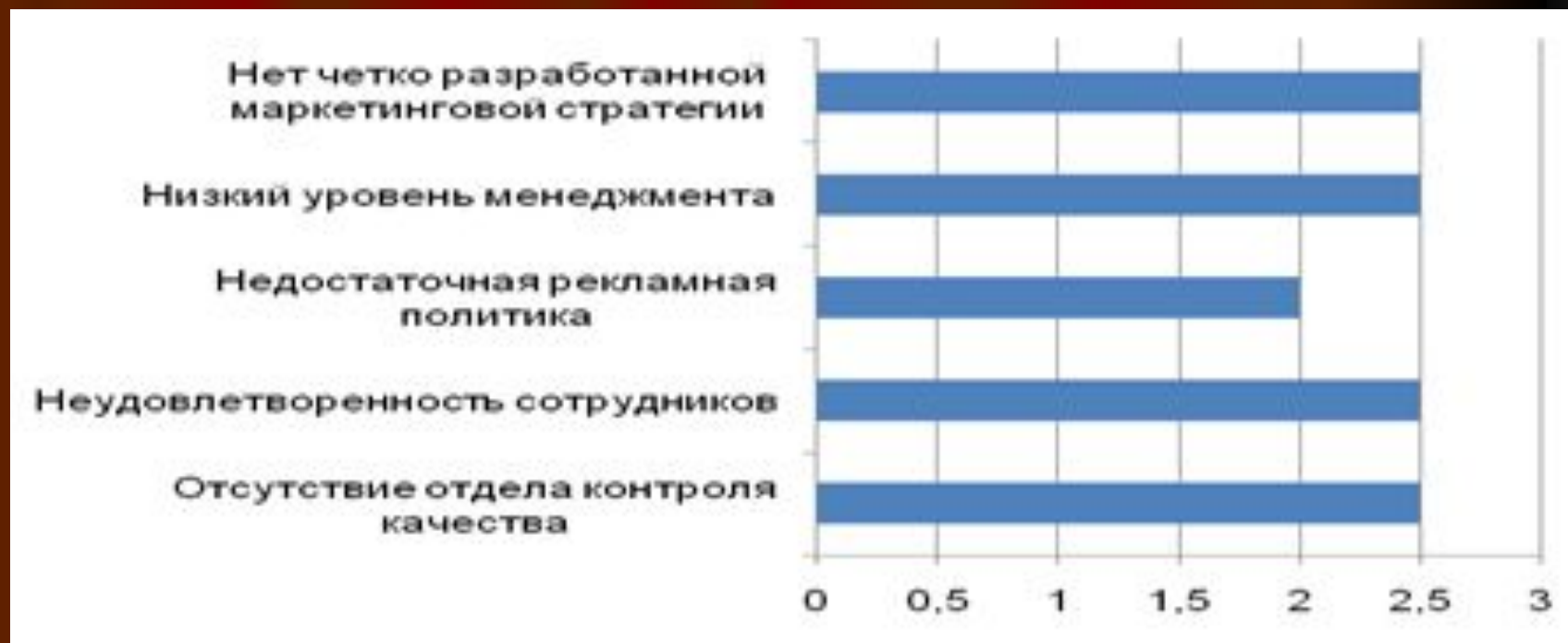


Рисунок 5 - Анализ отрицательных факторов

Доклад окончен. Спасибо за
внимание!