

Компания PrintReality inc.

Выполнил студент группы

2.4

Низов Н.В

ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ

Существуем на рынке с 2013 года. Основные виды деятельности: производство 3D-оргтехники, продажа 3D-оргтехники и соответствующей атрибутики(пищевые картриджи, элементные-картриджи определенных видов)

Общая численность персонала: 6000 человек

Около 160 тысяч принтеров было продано за последние 2 года

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ВНУТРЕННЕЙ СРЕДЫ

Блок управленческого потенциала

<i>Состояние продуктового блока</i>	1	2	3	4	5
<i>Состояние функционального блока</i>	1	2	3	4	5
<i>Состояние ресурсного блока</i>	1	2	3	4	5
<i>Состояние организационного блока</i>	1	2	3	4	5
<i>Состояние управленческого блока</i>	1	2	3	4	5

Вывод: Продукция пользуется спросом, отвечает всем стандартам качества, полностью соответствует ожиданиям потребителей; производство идет бесперебойно, однако скорость выполнения работ ниже планируемой, что свидетельствует о неэффективном использовании оборудования; объем ресурсов и их техническое состояние на среднем уровне; уровень персонала соответствует необходимым требованиям; стратегические решения и управленческие решения соответствуют показателям выполнения краткосрочного и долгосрочного планов

Итоговая оценка состояния инновационного потенциала	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Вывод: Большой процент креативных, инновационно-ориентированных работников, большое количество инновационных идей и проектов(по внедрению продуктовых и технологических инноваций), инновационный менеджмент

Результаты анализа отрасли:

1. Предприятие главным образом сосредоточено на исследованиях НИОКР, что в свою очередь позволит компании сэкономить большую часть финансовых ресурсов; автоматизации производственных мощностей, что значительно облегчит ряд обязанностей рабочей силы
2. Кривая опыта имеет наклон в 75%, что характеризует значительное снижение затрат на единицу продукции при планомерно накопленном объеме выпуска(предприятие производит больше, чем тратит денег на закупку материалов)
3. Развитая сеть каналов дистрибуции, позволяющая предприятию осуществлять маркетинговую деятельность во всех регионах страны и за рубежом, распределение в большинстве случаев полностью соответствует графику поставки, канал распределения второго уровня

Общий вывод: Предприятие имеет ряд сильных сторон и эффективно функционирует на рынке, небольшое количество ресурсов связано с частыми экспериментами в области трансмутации металлов при использовании уже имеющихся ресурсов и их рекурсивном применении

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Возраст: от 6 до 60 лет

Уровень образования: непринципиален

Сфера деятельности: конструктивно-техническая, общепит

Люди со вкусовыми предпочтениями к кислой, соленой, сладкой, жаренной пище (пищевой функционал); люди, имеющие дело с пластиком, пенопластом и некоторыми металлами (конструктивно-технический функционал)

Отношение потребителя к товару компании

Многофункциональность(способен создавать различные предметы по загруженным в память изображениям и имеющимся L(элементным)-картриджам , также определенные виды блюд по имеющимся пит-картриджам)

Высоко-созидательный потенциал продукта

Автономность производства

Кто осуществляет платежеспособный спрос – организации, физические лица, юридические лица с заработком выше среднего

Кто принимает решение о совершении покупки –любая обеспеченная группа населения

Кто является конкретным потребителем товара – любой потенциальный клиент, у которого есть

возможность приобрести себе наш продукт

ПОРТРЕТ КОНКУРЕНТОВ

конкурененты	Сильные стороны	Слабые стороны
Lexmark	большой ассортимент; наличие крупного партнера(Dell)	Относительно низкая численность работников (13 тыс; небольшой трудовой потенциал)
Panasonic	Огромный ассортимент продукции(включая аудиотехнику и другую электронику для массового рынка); Большая численность персонала (274 тыс) Большое обилие предприятий(около 638) Расширение научной базы	Зависимость от курса йены; Ущерб от конкуренции с Samsung Electronics
Samsung	Широкий ассортимент продукции; Прогрессирование НИОКР	Слабых сторон в производстве оргтехники нет
Toshiba	Производство собственного программного обеспечения; Промышленные ИКТ-решения	Сильная зависимость от Японской налоговой политики

ПАРТНЕРЫ И ПОСТАВЩИКИ

Поставщики:

- транспортный тариф - 3,5 руб/км на территории России, 0,1 \$/км - за рубежом (что эквивалентно 6,65 рублям)
- производится постоянный контроль и диагностика фильтров и других вспомогательных атрибутов, гарантированная замена на случай порчи
- График поставки определяется в зависимости от проходимого расстояния, погодных трудностей и других факторов. В случае нарушения графика поставки поставщиком, стоимость товара снижается в размере 30% от первоначальной стоимости

Партнеры:

RealTek

- Стоимость поставляемых продуктов и услуг- 5000 рублей, транспортный тариф - 1 руб/км
- Качество продуктов и услуг – микросхемы для 3D-оргтехники высшего качества с инновационной полупроводниковой подложкой, 10 тыс. элементов в кристалле.

Cisco

- Стоимость продуктов и услуг-10000 рублей полный набор сетевых услуг для каждой единицы оргтехники, стоимость поставки не рассматривается, так как товар имеет отношение к виртуальной среде и отладка происходит дистанционно
- Качество продуктов и услуг-полностью оптимизированная интуитивная нейронная сеть

УГРОЗЫ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

1. рост инфляции (увеличит общую цену издержек на производство товаров, что приведет к большой себестоимости продукта и цене соответственно, снизит покупательский спрос)
2. падение покупательной способности (ведет к падению спроса потребителей)
3. ограничение на госзакупки (может ограничить поставку некоторых материальных ресурсов предприятию, что снизит общий объем производства)
4. повышение ставки НДС (приведет к снижению зарплаты рабочих, впоследствии – демотивации, снижению производительности)
5. Повышение ТС (тоже самое, как в случае с НДС)

ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

1. новая технология в ароматизаторах (снизит себестоимость продукта)
2. усиление конкуренции (стимулирует производство)
3. приоритет к универсальности (отвечает многочисленным запросам потребителей)
4. технологический прогресс (заимствование новых технологий производства в связи с инновационными тенденциями)
5. трата денег без дальнейшего накопления (увеличение спроса)
6. мигранты (увеличение спроса)
7. развитие Крыма (расширение транспортных каналов)
8. снижение уровня безработицы (наем новых квалифицированных кадров)
9. неравномерность игроков (приводит к конкуренции и стимулированию производства)
10. рост ВВП (увеличивает платежеспособный спрос и форсирует производительность)
11. Развитие логистических и транспортных сетей (увеличивает количество точек сбыта)

ПОРТРЕТ ОТРАСЛИ

1	Размер рынка	1,7 млрд долларов/год
2	Темпы прироста размеров рынка	109%
3	Стадия жизненного цикла отрасли	Стадия зрелости
4	Количество конкурентов	20
5	Доля компании на рынке	20 %
6	Кривая опыта	0,75
7	Прибыль	0,15 млрд долларов/год

КОНКУРЕНТНЫЕ СИЛЫ (СТЕПЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ)

состояние конкуренции в исследуемой отрасли

Факторы	Влияние
Соперничество среди конкурирующих на данном рынке продавцов («центральный ринг») – ситуация в отрасли	Компания PrintReality достигла пика продаж собственной продукции и сейчас делит место с такими рыночными гигантами как Xerox и HP
Конкуренция со стороны товаров, являющихся заменителями – влияние товаров-заменителей	Появление на рынке 3D-ручек – нового технологического прорыва, использующего принцип работы 3D-оргтехники, но продающегося в разы дешевле и имеющего больший объем возможностей за счет небольших размеров; степень угрозы - значительная
Угроза появления новых конкурентов - влияние потенциальных конкурентов	С развитием 3D-ручек существует угроза расширения их рынка, а это прежде всего потеря клиентской базы, финансовые убытки, снижение рентабельности и конкурентоспособности
Позиции поставщиков, их экономические возможности – влияние поставщиков	Транспортные узлы поставщиков конкурентов распространены по всему миру; влияние на компанию со стороны поставщиков-критическое
Позиции потребителей, их экономические возможности – влияние покупателей	Большая часть конкурентов на рынке - компании Мирового уровня, следовательно они пользуются огромным спросом, зарекомендовали себя практически во всех торговых точках; влияние на компанию - критическое

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ УСПЕХА

1. Компетентность в научных исследованиях
2. Размещение производства, гарантирующего низкие издержки
3. Высокая производительность труда
4. Дешевое проектирование и техническое обеспечение
5. Точное удовлетворение покупательских запросов
6. Способность разработать и вывести на рынок новые продукты
7. Способность к точной и ясной рекламе
8. Ноу-хау в контроле качества
9. Способность быстро реагировать на изменяющиеся условия
10. Доступ к финансовому капиталу
11. Притягательные дизайн и упаковка
12. Гарантии покупателям
13. Удобный, доступный сервис и техобслуживание

КОНКУРЕНТЫ ОРГАНИЗАЦИИ

Прямые конкуренты

Lexmark
Panasonic
Samsung
Toshiba
Epson
Konica Minolta
Kyocera
Canon
Hewlett Packard (HP)
Xerox

Косвенные конкуренты

Lenovo Group Limited
Inspur
Samsung
LG Electronics Inc.
Hitachi
Bosch
Liebherr
Sharp
Daikin
Mitsubishi Electric

ВРИО

характеристики корпоративного профиля(ресурсы и способности)	VRIO-оценка					VRIO
	V	R	I	O		
Состояние материально-технических ресурсов	8	5	10	8	31	
Состояние трудовых ресурсов	10	6	4	9	29	
Состояние информационных ресурсов	5	2	8	7	22	
Состояние финансовых ресурсов	6	4	3	8	21	
Точное удовлетворение покупательских запросов	10	9	10	10	39	
Способность разработать и вывести на рынок новые продукты	9	10	10	4	33	
Способность к точной и ясной рекламе	8	10	10	7	35	
Ноу-хау в контроле качества	10	10	10	10	40	
Способность быстро реагировать на изменяющиеся условия	9	6	5	10	30	
Доступ к финансовому капиталу	6	3	8	8	25	
Притягательные дизайн и упаковка	8	2	2	10	22	
Гарантии покупателям	7	1	2	10	20	
Удобный, доступный сервис и техобслуживание	10	3	2	10	25	
Усиление конкуренции в области производства оргтехники	9	2	4	9	24	
Приоритет к универсальности	10	7	7	10	34	
Технологический прогресс	5	2	1	8	16	
Люди предпочитают тратить свой доход и не настроены на формирование долгосрочных накоплений	10	10	9	10	39	
В ароматизаторах разрабатывается технология, позволяющая снизить стоимость сырья на 15%	7	9	6	10	32	

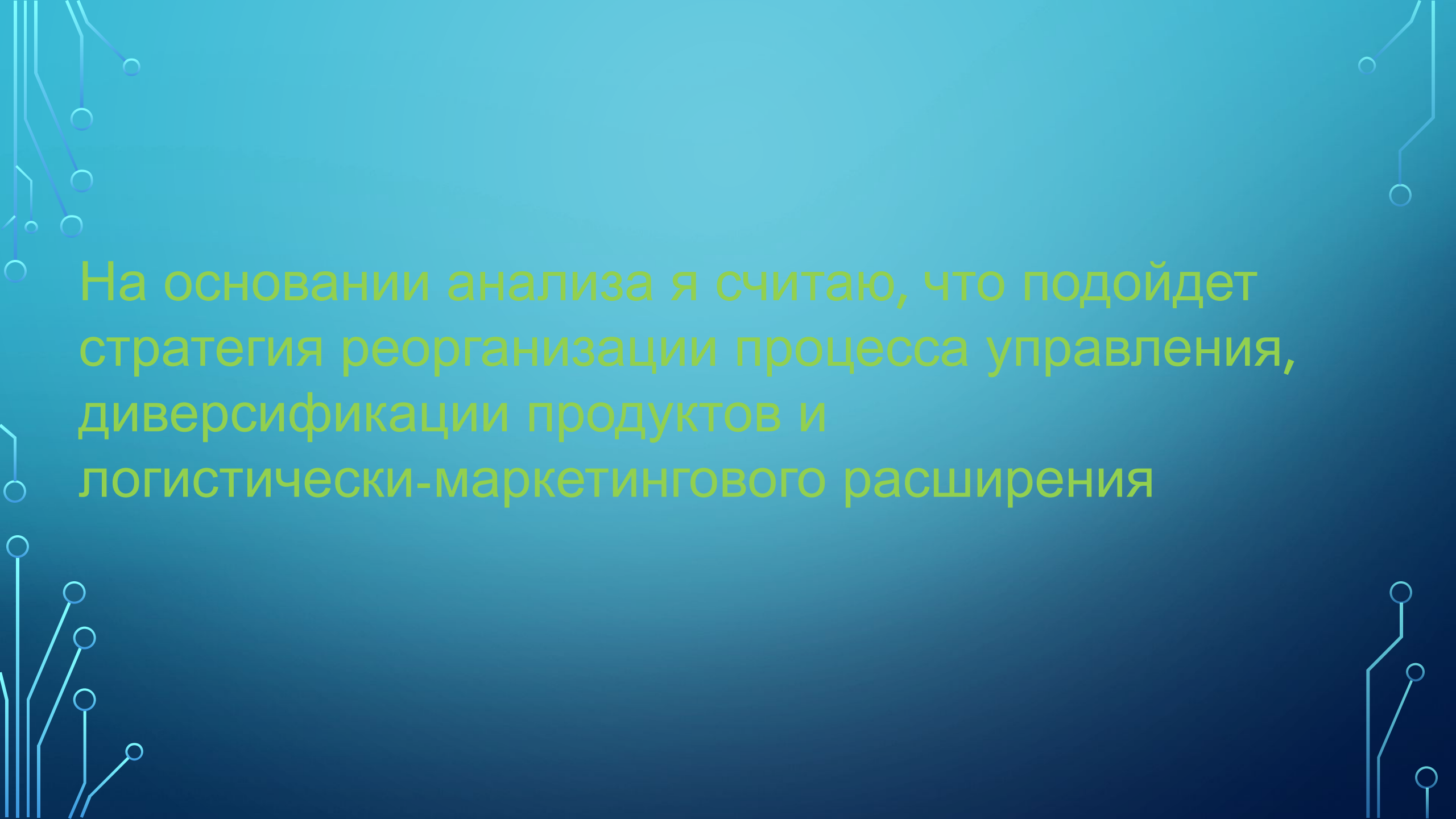
СВОТ

Проанализировать информацию, связанную с инновациями в области производства ароматизаторов, использовать технологию, если это позволит снизить издержки; реорганизовать наем компетентных кадров, установить требования выполнения работы, уволить невыполняющих норму; провести анкетирование, опрос, анализ рынка потребителей, чтобы выявить актуальные предпочтения покупателей, интегрировать функции в продукт, удовлетворяющий потребности клиентов; мониторинг с целью максимальной автоматизации производства, покупка новейшего оборудования и инструментов у дешевых продавцов; грамотная организация маркетинга, заставляющая покупателей не задумываться о количествах потраченных сумм денег; прагматичное распределение трудовых активов, увеличивающее производительность и результативность персонала; рациональное управление финансовым капиталом с возможностью оплаты труда рабочих; постоянные исследования технологических инноваций, которые можно было бы внедрить в функционал продукта и уменьшить его себестоимость; наем дешевых поставщиков, имеющих близкое территориальное расположение; делегирование полномочий руководителя другим более компетентным кадрам с целью автономности разных отделов предприятия; использование новых более коротких маршрутов логистики

Увеличить количество торговых точек, наладить снабженческо-сбытовые связи между предприятиями, производить новые виды товаров, нанять больше компетентных людей, организовать реновацию производственных мощностей, найти хорошего дизайнера, рекламщика, маркетолога

Создать новые питкартриджи, использующие ароматизаторы, снижающие общие издержки на сырье на 15%; провести новые исследования по созданию МФ электро-швейных машинок, провести анализ уровня цен конкурентов, уменьшить издержки, найти дешевых продавцов, выполнить все выше перечисленные пункты для дальнейшего расширения стратегических позиций

Внедрение новые технологии в обучение. Внедрить информационную систему. Внедрить on-line обучение. Ввести безналичную оплату (эквайринг). Активная реклама в социальных сетях, интернете.

The background is a dark blue gradient. In the corners, there are decorative white and light blue circuit-like patterns consisting of lines and circles, resembling a PCB or a network diagram.

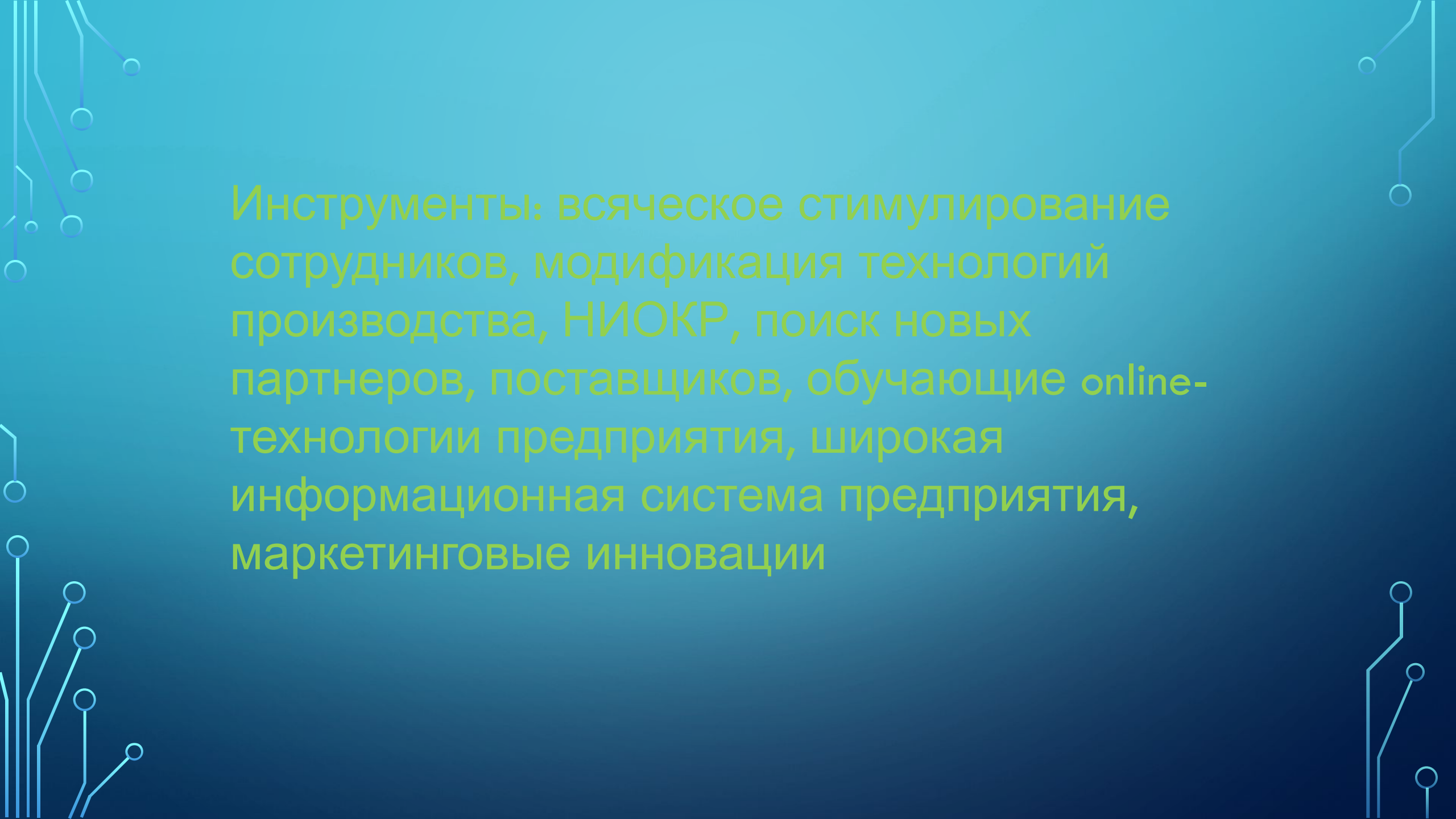
На основании анализа я считаю, что подойдет стратегия реорганизации процесса управления, диверсификации продуктов и логистически-маркетингового расширения

Данная стратегия является оптимальной, так как в связи с ней возможно будет увеличить общую фондоотдачу производства, совокупный выпуск продукции, выручку, найти новые торговые точки и увеличить количество снабженческо-сбытовых связей между предприятиями. Прежде всего, необходимо нанять больше квалифицированных кадров, дилигировать полномочия управления отделами более опытным работникам, распределить в зависимости от умений рабочую силу по соответствующим отделам предприятия; провести новые исследования по созданию МФ электро-швейных машинок; найти хороших и дешевых дизайнера, рекламщика, маркетолога; изучить новые транспортные маршруты и нанять дешевых поставщиков

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ

Формулировка стратегии: создав изменение долгосрочных темпов роста, мы, прежде всего, повлияем на качество принятия стратегических и оперативных решений на предприятии, а также изменение их количественных показателей, это будет способствовать повышению его конкурентоспособности

Появление новых товаров диверсифицирует общий ассортимент отрасли, повысит общий спрос на продукцию компании, укрепит ее рыночные позиции, обеспечит имидж, имя, увеличит конкурентоспособность, сделает процесс более рентабельным.

The background is a dark blue gradient. In the corners, there are decorative white and light blue circuit-like patterns consisting of lines and small circles, resembling a PCB or a network diagram.

Инструменты: всяческое стимулирование сотрудников, модификация технологий производства, НИОКР, поиск новых партнеров, поставщиков, обучающие online-технологии предприятия, широкая информационная система предприятия, маркетинговые инновации

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ОТДЕЛА

- Расширение торговых точек
- Поиск дешевых продавцов
- Расширение дистрибутивных и транспортных сетей
- Поиск дешевых поставщиков
- Грамотная организация маркетинга
- Постоянное отслеживание динамики рынка

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ОТДЕЛА СНАБЖЕНИЯ

Поиск более дешевых транспортных тарифов

Поиск ближайших дилеров для закупки ресурсов

Расширение складских помещений

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ОТДЕЛА

- Дальнейшие исследования в автоматизации работы производственных машин
- Эксперименты и диагностика электро-швейных станков
- Расширение технологического отдела
- Закупка нового оборудования согласно актуальным тенденциям
- Организация краудсорсинга
- Аутсорсинг с компанией Cisco

КОНКУРЕНТНАЯ СТРАТЕГИЯ ФИНАНСОВОГО ОТДЕЛА

Внедрение краудфандинга

Организация вложений в развивающиеся проекты

Экономия на масштабе

The background is a blue gradient with decorative white circuit-like lines in the corners. The text is centered and features a multi-colored font.

Спасибо за внимание