

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/9401>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Стратегический менеджмент

-

1. Анализ внутренней среды организации

Общество с ограниченной ответственностью «Фарм-сфера» является юридическим лицом, которое создано в соответствии с требованиями Гражданского кодекса Российской Федерации и Федерального закона РФ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

В процессе осуществления своей деятельности ООО контактирует со многими организациями, среди которых покупатели, поставщики, подрядные организации, органы контроля и надзора за деятельностью предприятия.

Цели и задачи ООО «Фарм-сфера» обозначены в его уставе. Предприятие может иметь гражданские права, соответствующие предмету и целям Устава, и нести связанные с этой деятельностью обязанности.

Предприятие создано в целях удовлетворения общественных потребностей в результатах его деятельности и получения прибыли. Для достижения этих целей предприятие осуществляет в установленном законодательством РФ порядке следующие виды деятельности:

- производство изделий медицинского назначения;
- оптовая реализация изделий медицинского назначения;
- логистические услуги по доставке изделий медицинского назначения.

Предприятие в своем составе имеет подразделения: производство изделий медицинского назначения и отдел оптовых продаж. Структура линейная, руководитель предприятия – директор – является единоличным исполнительным органом. Кроме руководителя предприятия каждое подразделение подчиняется непосредственному руководителю: начальнику производства или начальнику отдела продаж. ООО «Фарм-сфера», в соответствии с Законом Российской Федерации «Об обороне», «О воинской обязанности и военной службе», другими нормативными документами по этим вопросам, обязано исполнять следующие действия:

- создать необходимые условия для выполнения работниками воинской обязанности;
- проводить бронирование военнообязанных граждан, при наличии мобилизационных зданий, установленных государственными органами.

Для каждого работника предприятия существуют должностные инструкции, которым он должен следовать неукоснительно.

Организационную структуру ООО «Фарм-сфера» можно охарактеризовать как линейно-функциональную, а по характеру как административно-командную.

1. Директор

Осуществляет общее руководство предприятием посредством подчиненных ему служб.

2. Главный бухгалтер

В его подчинении находятся бухгалтер и кладовщик.

Осуществляет общее планирование финансовой политики предприятия:

- Бухгалтерия. Ведение бухгалтерской отчетности предприятия;
- Управление финансовыми потоками предприятия.

Бухгалтерия, отделы снабжения и сбыта используют в своей работе информационную систему 1С:

Бухгалтерия, 1С: Склад.

3. Начальник отдела продаж

Обеспечивает загрузку производства заказами, закупку технологических и вспомогательных материалов, оборудования, рекламу деятельности предприятия. Ему подчиняется менеджмент.

4. Начальник производства

В его подчинении находятся: мастер производства и вся производственная линия.

5. Специалист по кадрам

Осуществляет подбор персонала, разрабатывает трудовые контракты.

Предприятие ООО «Фарм-сфера» поставляет свою продукцию по всей территории Ростовской области, а также Краснодарского и Ставропольского краёв.

Технико-экономическая характеристика предприятия рассматривается и излагается с позиции анализа работы предприятия в современных условиях хозяйствования.

Для полного анализа технико-экономических показателей будут сопоставлены основные показатели предприятия между собой и одноимённые показатели за различные временные периоды. Для данного анализа информационной базой явились бухгалтерская (финансовая) отчётность субъекта малого предпринимательства ООО «Фарм-сфера» за 2013 – 2015 годы, а также штатное расписание кадрового состава на 01.12.2015 год. Фактические данные представлены за последний отчетный период и за два предшествующих текущему периоду деятельности предприятия.

Среднесписочная численность персонала возросла за 2 года на 8 человек. Хотя обычно предприятия стараются уменьшить число работников. В данном случае, руководство позаботилось о принятии на работу квалифицированных работников.

Среднегодовая выработка одного работающего также возросла за счёт увеличения числа сотрудников и повышения показателя денежной выручки.

Для качественной работы персонала, руководство заботится о моральных и, что наиболее важно, материальных потребностях сотрудников. Так как денежные показатели возросли, директор повысил заработную плату всем сотрудникам. Это отличный шаг к полной и качественной работе и отдаче работников.

Увеличилась и себестоимость продукции. Основной причиной можно назвать расходы на рекламную деятельность, отчисления в социальные фонды, расходы на сырьё и материалы и многое другое. Затраты на 1 рубль реализованной продукции за два года были очень не стабильны. За 2014 год уменьшились, а за 2015 немного увеличились. Данный показатель во многом зависит от себестоимости продукции. Именно поэтому его динамика не постоянна.

Прибыль от продаж значительно выросла. Она зависит от нескольких факторов:

- от успешной рекламной деятельности;
- благодаря качественной работе персонала;
- за счет увеличения объема продаж и снижения ресурсоемкости.

В общем и целом, прибыль зависит от выручки.

Рентабельность предприятия значительно возросла. В большей степени за 2014 год темп прироста рентабельности предприятия увеличился на 7,9%, а за 2015 год – ещё на 5,5%, что говорит о высококлассной работе руководства предприятия по сферам кадровой политики, продаж и маркетингу. Основные показатели представлены на рисунке 2. Их динамика отражена и сопоставлена.

2 Анализ внешней среды организации

Анализ макроокружение фармацевтической сети ООО «Фарм-сфера» представляется возможным оценить с помощью PEST -анализа.

Из таблицы видно, что в среднем уровень обслуживания у аптек «Фармленд» немного выше, чем у «Фарм-сфера» и «ЗБ.6». Однако, только 5% торговых точек других сетей может превзойти по качеству обслуживания лучшую аптеку «Фарм-сфера». Также аптека «Фарм-сфера» лидирует по показателю стабильности обслуживания сети.

По таким критериям, как «внешний вид аптек и фармацевтов», лидирует «Фарм-сфера». Отставание «ЗБ.6» и «Фармленд» по этим параметрам не очень заметное. А вот по критерию «удобство самостоятельного получения информации» (например, имеет ли клиент возможность самостоятельно найти какой-нибудь препарат на полках) «Фарм-сфера» существенно опережает своих конкурентов.

3. Анализ существующей стратегии организации

Стратегическая цель ООО «Фарм-Сфера» создать подлинно национальную розничную сеть и стать предпочтительным источником товаров для красоты и здоровья для миллионов россиян. ООО «Фарм-Сфера» ставит себе целью добиться минимум 10-15% доли российского фармацевтического рынка в

ближайшие 3-5 лет.

Основу стратегии ООО «Фарм-Сфера», направленной на прибыльный и эффективный рост, составляют два элемента:

- повышение операционной эффективности;
- укрепление позиций на существующем рынке.

Повышение операционной эффективности заключается в:

- сокращении общих и административных расходов;
- системы «экономики масштаба»;
- оптимизации ассортиментного плана, контроль наличия товаров на полках, эффективное использование стратегий ценообразования;
- оптимизации организационной структуры и операционной платформы;
- оппортунистического подхода к стратегическим альянсам;
- селективного подхода к выбору мест для открытия аптек.

Укрепление позиций на существующем рынке - мультиформатность; CRM программа лояльности; опора на сильный бренд для привлечения новых покупателей и роста лояльности к бренду; совершенствование уровня сервиса и квалификации персонала.

4. Выводы

В заключении необходимо сказать, что на анализируемый период ключевыми достижениями деятельности ООО «Фарм-сфера» стали:

1. Усиление конкурентного преимущества компании за счет:

- увеличения объемов продаж и доли на рынке;
- создания эффективной системы открытия новых аптек;
- содействия процессу концентрации и усилению роли аптечных сетей на рынке

2. Разработка стратегического плана развития компании до 2020 г.;

3. Обеспечение благоприятных условий финансирования средне- и долго- срочного развития компании;

4. Повышение уровня прозрачности финансовой и управленческой отчетности;

5. Развитие технологий в ритейле.

6. Совершенствование бизнес стратегии, усиление маркетинговых технологий и повышение стандартов качества в производстве.

-

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/9401>