Содержание

1. Деятельность компании. Миссия и цель

2. Особенности стратегической деятельности

3. Анализ потребителя

4. Анализ поставщиков

5. Маркетинг

6. Кадровая политика

7. Ключевые факторы успеха

8. Выбор стратегии компании

Заключение

## 1. Деятельность компании. Миссия и цель

Компания "Автоматизация бизнеса" - молодая стремительно развивающаяся компания, уверено занимает свою нишу на рынке современных информационных технологий.

Географическое положение компании: г. Сургут, ул. Сосновая д.43/2, в районе Восточной промзоны.

Специалисты этой компании обладают бесценным опытом и сертификатами качества в области внедрения и обслуживания информационных систем, а так же систем автоматизации учета на базе программных продуктов "**1C".**

Основным направлением деятельности компании является комплексная автоматизация управления и учета хозяйственной деятельности на базе программ "**1С: Предприятие 7.7. /8.0".**

Компания "**Автоматизация Бизнеса"** - является официальным партнером компании "**1С" в Сургуте.**

**Миссия данной компании заключается в разработке и внедрении программного обеспечения, которое позволит повысить эффективность бизнеса, а так же открыть новые направления деятельности заказчика.**

Целью деятельности компании "Автоматизация бизнеса" является получение прибыли.

## 2. Особенности стратегической деятельности

Руководство компании "Автоматизация бизнеса" в целях контроля за работой предприятия и его сотрудников проводит различные собрания и проверки, такие как:

совет руководящего звена компании (проводится 1 раз в неделю; обсуждаемая тема: стратегические планы развития предприятия);

планерка (проводится 1 раз в неделю; участвуют: генеральный директор, начальники всех отделов; обсуждаемая тема: текущая деятельность предприятия);

производственное собрание (проводится 1 раз в 2 недели; участвуют: генеральный директор и коммерческий директор, обсуждаемая тема: развитие производства, разработка и внедрение новых видов продукции в области программного обеспечения);

На предприятии работает специалист, занимающийся стратегическим планированием.

Он разрабатывает план работы предприятия на год, рассчитывает экономические и финансовые показатели деятельности торговой сети. В его обязанности входит также определение оптимального объема продаж для увеличения прибыли предприятия.

Стратегической целью деятельности предприятия является ежегодный рост продаж товаров на 15%.

## 3. Анализ потребителя

Потенциальными потребителями этих товаров являются бизнес-единицы (ООО, ОАО, ЗАО, ИП) г. Сургута.

На рынке товаров программного обеспечения в г. Сургуте представлено большое множество разнообразной продукции.

Наибольшей популярностью у потребителей пользуются программы, направленные на:

контроль работы компании, ведение статистических показателей деятельности сотрудников;

ведение организационной структуры предприятия с описанием функциональных обязанностей;

учет и анализ данных.

Для определения круга потенциальных клиентов компании "Автоматизация Бизнеса" следует проанализировать круг потребительских предпочтений товаров в области программного обеспечения.

После начала финансового кризиса потребители склонны оценивать товар в первую очередь по его стоимости и легко переходить с потребления одной марки на другую.

Если цена товара выше, чем на аналогичные товары других фирм, покупатель, несмотря на, приверженность к одной марке будет покупать более дешевую.

## 4. Анализ поставщиков

Немаловажное место в стратегическом управлении занимает изучение следующего элемента непосредственного окружения предприятия - конкурентов, то есть тех, с кем предприятию приходится бороться за ресурсы, которые необходимо получить из внешней среды, чтобы обеспечить свое существование.

В г. Сургуте рыночная площадка в области программного обеспечения достаточно насыщена товарами.

В городе насчитывается около восемнадцати достаточно перспективных компаний, которые занимаются разработкой и внедрением программного обеспечения.

Большинство компаний имеют выгодное географическое расположение для реализации своей деятельности.

Потребителю предлагаются различные виды товаров отечественного и импортного производства. Поэтому конкуренция между компаниями очень жесткая.

Изучение конкурентов направлено на то, чтобы выявить слабые и сильные стороны конкурентов и на базе этого построить свою стратегию конкурентной борьбы.

В таких сложных и противоречивых условиях осуществляет "Автоматизация Бизнеса" свою деятельность, а выстоять в них и адаптироваться предприятию должна помочь внутренняя среда.

## 5. Маркетинг

На предприятии имеется отдел маркетинга во главе с начальником отдела маркетинга. Отдел маркетинга занимается изучением рынка, маркетинговыми исследованиями.

Доля рынка компании "Автоматизация бизнеса" составляет около 20%.

Продукт компании пользуется спросом у потребителей среднего и старшего возраста со средним и высоким уровнем доходов.

Предлагаемые услуги и товар компании пользуется спросом, так как он соответствует требованиям клиентов и удовлетворяет их потребности в условиях интенсивного развития информационных технологий.

Руководство предприятия активно старается увеличить объем продаж своей продукции.

Также в целях увеличения прибыли в компании проводятся различные акции.

Для улучшения информированности потребителей о продукции компании руководство предприятия использует различные средства воздействия.

Одним из самых важных средств является реклама. Компания проводит рекламную деятельность с помощью телевидения, радио, выпуском газет и листовок.

## 6. Кадровая политика

В организации выплачиваются разного рода материальные вознаграждения (к праздникам, на юбилейный день рождения работника). Сотрудники, которые отработали, на предприятии более 2 лет получают, премию.

На сегодняшний день текучесть персонала в целом по предприятию небольшая, это связано в первую очередь с тем, что на предприятии увеличилась заработная плата.

График работы компании "Автоматизация бизнеса": с 9 до 19 часов все дни недели.

Из-за неудачно выбранного географического расположения компании в отдаленном и трудно доступном районе города существует острая потребность в кадрах, компания может работать длительное время без выходных дней.

Из-за этого возникает недовольство работников условиями труда, и они увольняются.

Парадокс заключается в том, что занять вакантные места приходит очень много желающих. Несколько дней они следят за работой сотрудников компании, но пообщавшись с недовольными условиями труда сотрудниками, они бросают работу.

Также от выполнения плана разработки и внедрения продукции напрямую зависит величина заработной платы сотрудников. План составляется на основе анализа продаж.

Фиксированная заработная плата продавцов составляет 10 000 руб. за 22 рабочих дня.

## 7. Ключевые факторы успеха

Анализ рынка программного обеспечения, анализ конкурентной среды и кадровой политики позволяет определить следующие ключевые факторы успеха (КФУ) компании "Автоматизация Бизнеса":

1. КФУ в области финансов (предприятие является платежеспособным;

собственный капитал предприятия значительно преобладает над заемным);

2. КФУ в области кадров (высокий профессионализм работников предприятия);

3. КФУ в области организации (эффективная система управления; наличие адекватной организационной структуры);

4. Другие типы КФУ (доверие клиентов компании).

## 8. Выбор стратегии компании

Компания "Автоматизация Бизнеса" обладает достаточным опытом в области разработки и внедрения программного обеспечения и предлагаемая продукция пользуется спросом среди руководителей бизнес-единиц г. Сургута, однако, слабыми сторонами данной организации является отдаленность предприятия от центра городе, а так же узкая специализация компании на разработке и продаже программных продуктов.

Программное обеспечение, которое предлагает компания "Автоматизация Бизнеса" предназначено только для организаций занимающихся торговлей.

Поэтому данной компании необходимо изменить свое географическое положение, а так же пересмотреть и расширить ассортимент предлагаемой продукции, необходимо систематически проводить маркетинговые исследования для того, чтобы выявить какие новинки в области программного обеспечения пользуются популярностью.

Развитие НТП открывает новые возможности для производителей, поэтому их необходимо проанализировать с целью поиска новых направлений деятельности, новых рынков и новых потребителей.

Требуется найти такое новое направление деятельности организации, которое не требовало бы изменения его структуры и больших капиталовложений, сочеталось с разработкой и продажей программных продуктов, имело бы надежных поставщиков, большой спрос у потребителей и приносило бы постоянный доход.

Выбор стратегии предприятия должен основываться на данных о степени развития рынка, о потенциале развития компании и востребованности его продукции потребителями.

Рынок товаров программного обеспечения является динамичной системой, здесь постоянно разрабатываются новые продукты, способные удовлетворить развивающиеся потребности потребителей, появляются новые технологии и новое сырье.

Поэтому предприятие, которое решит удержаться на этом рынке, должно обладать силой выстоять среди безжалостных конкурентов, производя и внедряя продукцию, которая сможет конкурировать с товаром программного обеспечения любых производителей.

Компания "Автоматизация бизнеса" имеет определенный потенциал роста, который при правильной стратегической политике и умелом внедрении ее в производственную среду сможет, не только удержать предприятие "наплаву", но и получить максимальную прибыль от производственной деятельности.

Выбор стратегии производственной деятельности предприятия, основывается на ряде характеристик внутренней и внешней среды компании "Автоматизация Бизнеса" приведенных ниже:

1. рынок продукции программного обеспечения является растущим и прибыльным;

2. развитие НТП способствуют появлению новых продуктов, новых рынков, и новых потребителей;

4. продукция, предлагаемая компанией, хорошего качества и пользуется спросом потребителей;

5. слабой стороной деятельности компании является отдаленность предприятия от центра городе и узкое направление разработки и продажи программных продуктов.

Для успешной работы на растущем рынке и получения максимальной прибыли компании необходимо обновлять ассортимент своих товаров.

При этом необходимо использовать свой потенциал и возможности в целях открытия новых направлений деятельности, которые не требовали бы изменения структуры предприятия и больших капиталовложений, сочетались бы с продажей программного обеспечения, имели бы надежных поставщиков, большой спрос у потребителей и приносили бы постоянный доход.

Стратегия, которую может использовать компания "Автоматизация Бизнеса" состоит в диверсификации продукта.

Кроме реализации стратегии диверсификации компании необходимо разработать маркетинговые стратегии, целью которых будет определение вкусов и требований потребителей, как к программным продуктам, так и к новым видам продукции, которые компания собирается продавать.

Необходимо усилить информированности потребителей об этих товарах, используя различные рекламные источники.

В дальнейшем главной целью деятельности компании должно стать продажа товаров, могущих удовлетворить в области их применения любые требования самых привередливых потребителей.

Руководству компании необходимо не забывать и о нуждах собственного коллектива. Ведь для успешной реализации выбранной стратегии компании необходимо, чтобы весь его персонал был заинтересован в этом.

Необходимо пересмотреть оплату труда работников, внеся в нее элемент участия персонала в прибылях компании.

Следует, чтобы все работники компании, начиная от руководства и заканчивая рядовыми работниками, знали стратегические цели и задачи деятельности компании "Автоматизация Бизнеса" и свое значение в успешном осуществлении этих задач.

Только при реализации этих условий стратегия деятельности компании "Автоматизация бизнеса" сможет приносить реальную пользу и увеличивать прибыль своего предприятия, делая его финансово устойчивым и "твердо стоящем на ногах".

## Заключение

На основе проведенного исследования и анализа внешней и внутренней среды компании "Автоматизация Бизнеса" были сделаны следующие выводы, повлиявшие на дальнейший выбор стратегии деятельности предприятия:

сильными сторонами деятельности предприятия являются его платежеспособность, большой опыт в продаже товаров программного обеспечения. Так как рынок программных продуктов является растущим, компания имеет возможность, развивая разработку и продажу этих товаров, получить хорошую прибыль;

слабыми сторонами деятельности компании является географическое расположение и узкая специализация на программном обеспечении предназначенном для организаций, занимающихся торговлей.

Возможностями, открывающимися для компании, являются развитие НТП и появление в связи с этим новых товаров.

Поэтому компания "Автоматизация Бизнеса" не должна терять возможности расширения нового ассортимента товаров.

В рамках стратегии диверсификации организация могла бы заняться продажей товаров, не являющихся дополнением к уже имеющемуся ассортименту программных продуктов.

Примером такого ассортимента является введение в продажу канцелярских товаров для офиса. Спрос на этот товар у потребителей есть. Но для налаживания производственного процесса требуются немалые капиталовложения. Поэтому предприятию требуются инвесторы, способные выделить финансовые средства на установку организацию поставок такого вида товара.