

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://stuservis.ru/otchet-po-praktike/154803>

Тип работы: Отчет по практике

Предмет: Управление качеством

СОДЕРЖАНИЕ 2

ВВЕДЕНИЕ 3

1. ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ 5

2. СПЕЦИАЛЬНАЯ ЧАСТЬ 8

2.1. Описание деятельности организации 8

2.2. Структура организации 9

2.3. PEST-анализ макросреды организации 9

2.4. Конкурентный анализ 10

2.5. Анализ внутренней среды 11

2.6. Анализ потенциала снижения издержек на обеспечение качества 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 18

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ 19

ПРИЛОЖЕНИЕ 1 20

PEST-анализ представлен в Приложении 1.

Вывод: Р - Политические факторы: К факторам политического воздействия, которые постоянно оказывают влияние на компанию, относится изменение законодательства в области налогообложения и лицензирования, введение новых требований по транспортному перемещению грузов по территории России, ГЛОНАСС.

Е - Экономические факторы: Большое значение имеют покупательная способность предпринимательского сектора. Все эти факторы сильно влияют на предприятие в отрицательную сторону. Снижение уровня доходов населения напрямую негативно отражается на снижении объемов грузоперевозок. Также оказывает влияние фактор состояния автодорог.

С - Социальные факторы: Наиболее важными здесь являются демографический фактор, образ и качество жизни, общественные ценности, уровень предпринимательской активности.

Т - Технологические факторы: Большое влияние оказывают различные нововведения, инновации в области производства новых компонентов для напитков, а также технологии грузоперевозок.

2.4. Конкурентный анализ

Рисунок 3 – «Пять сил конкуренции» М. Портера для ТК «ОПТИМА»

1) Конкурентная среда очень насыщенная. Помимо российских производителей на рынке более 10 иностранных поставщиков.

2) Товары-заменители (услуги) – не первоочередной фактор.

3) Отрасль за счет своей специфичности имеет небольшой приток конкурентов, небольшая вероятность появления таких же крупных компаний.

4) Высокая зависимость от клиентов.

5) Рыночная власть покупателей обусловлена покупательской способностью [6].

SWOT-анализ. На основе проведенного анализа разработайте стратегические альтернативы развития организации.

Положительное влияние Отрицательное влияние

Внутренняя среда Сильные стороны

1. Большие гос контракты

2. Компания прибыльна в сезон.

3. Умеем оказывать услуги недорого. Умеем удовлетворять одно из условий тренда «рациональный выбор».

Слабые стороны

1. Убыточность компании вне сезона.
2. Снижение маржинальности.
3. Ограниченные мощности оказания услуг.
4. Проблемы с внутренними коммуникациями.
5. Низкое качество работы с клиентами

Внешняя среда Возможности

Большой потенциал на региональных рынках.

Рост спроса на услуги

Спрос в сегменте гос.закупок Угрозы

1. Высокие темпы инфляции.
2. Рост цен на ГСМ
3. Усиление требований ГЛОНАСС

Стратегия компании – повышение качества оказания услуг за счет качества взаимодействия с клиентами.

2.5.Анализ внутренней среды

Проанализировать внутреннюю среду организации по следующим срезам организации:

- 1) Кадровый (кадровый потенциал). Постоянный контроль и постановка задачи кадровому отделу по подбору персонала позволяет оперативно закрывать открывшиеся вакансии. Этому способствует поддержанию конкурентной заработной платы и контроль руководства над условиями комфортной работы. Отсутствует программа «кадрового резерва».
 - 2) Производственный (производственные мощности). Постоянные переговоры и внимательный подбор поставщиков сырья и продукции, позволяют отсеивать не доброкачественных контрагентов на раннем этапе производства, что позволяет создавать продукцию надлежащего качества.
 - 3) Финансовый (обеспеченность и эффективность использования финансовых ресурсов). Соблюдение государственных стандартов ведения учета и внутренний контроль со стороны руководства обеспечивают стабильное финансовое положение. Постоянный учет и отчетность (внутренняя и внешняя) позволяет на любом этапе рассчитать издержки, формирование бюджета, планирование прибыли.
 - 4) Маркетинговый. Проведение рекламных проектов позволяет создать узнаваемость брендов. Благодаря агрессивной стратегии компании доля рынка имеет неуклонный рост.
 - 5) Организационно-управленческий. В организации прослеживается линейный способ управления. Компания организует обучение для руководителей для повышения квалификации управленческого состава.
9. Сформулируйте стратегические цели для данной организации и постройте дерево целей.

1. Бурьянец В.А. Организационная культура как инструмент кадровой политики предприятия: сборник трудов. – Белгород: БГТУ, 2017. – С.13 – 15.
2. Как работа над HR-брендом влияет на подбор персонала? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://hh.ru/article/13570> (дата обращения: 15.01.2021)
3. Грачев А. С., Грачева С. А., Спирина Е. Г. ПР-служба компании. - М., 2015.
4. Матузенко Е.В., Шиленко С.И., Федорова Я.О. Формирование бренд-коммуникаций как эффективной формы массовых коммуникаций // Фундаментальные исследования. – 2016. – № 4-3. – С. 629-632
5. Несолена О. В., Агишева А. В., Кулеша Э. В. Особенности формирования HR-бренда современной финансовой организации: российский и зарубежный опыт // Молодой ученый. — 2015. — №22. — С. 453-459. — URL <https://moluch.ru/archive/102/23131/> (дата обращения: 15.01.2021).
6. Отчеты о деятельности ООО ТК «ОПТИМА»
7. Татарникова М. Как работать с HR –брендом? // Корпоративные университеты. – 2016 - №6 - С. 28-32
8. Тренды HR, о которых надо знать работодателю в 2019 году// <https://www.paperplanes.ru/blog/hrbrand/trendy-cto-nado-znat-rabotodatelyu-v-2019-godu> (Дата обращения: 14.01.2021)
9. Шишкина И. Как создание собственного учебного центра влияет на формирование HR-бренда компании? // Корпоративные университеты. – 2016 - №, С. 346

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://stuservis.ru/otchet-po-praktike/154803>