

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ

Набережночелнинский институт (филиал) федерального государственного  
автономного образовательного учреждения высшего образования

«Казанский (Приволжский) Федеральный Университет»

Экономическое отделение

Контрольная работа по дисциплине  
«ПЛАНИРОВАНИЕ НА ПРЕДПРИЯТИИ»  
Стратегическое планирование предприятия  
ООО «IT-All»

Выполнили: ст. гр. 4221133

Хаков А. Р.

Кучугулов К. Р.

Принял д.э.н., профессор

Пуряев А.С.

Набережные Челны, 2024

## Оглавление

1 Общая характеристика предприятия .....	3
2. Стратегическое планирование: анализ внешней среды и оценка информации ..	5
3. Стратегическое планирование: формирование приоритетов развития предприятия .....	15
4 Стратегическое планирование: анализ стратегических альтернатив, формирование общей и конкурентной стратегии .....	21

## 1 Общая характеристика предприятия

Представляем вашему вниманию проект создания малого предприятия ООО «IT–All». Согласно данным с ФНС в России зарегистрировано уже более двух миллионов коммерческих компаний. И каждый день данный список активно пополняется. Как в России, так и в мире идет тенденция на процесс полной цифровизации предприятий. Без применения современных IT технологий предприятие уже считается не конкурентноспособным. В связи с этим у руководителей появляется закономерный спрос на создание и поддержание IT систем и технологий внутри конкретно их предприятия, ведь все организации – совершенно разные и системы для их работы и развития также нужны совершенно разные. В связи с данным спросом возникло закономерное предложение – предприятие ООО «It all».

Также стоит учитывать, что, во-первых, страна активно развивается в области информационных технологий, что создает благоприятную среду для старта и развития IT бизнеса.

И во-вторых, Российский рынок компьютерных технологий и программного обеспечения постоянно растет, и есть большой спрос на качественные IT продукты и услуги. В условиях цифровизации экономики и быстрого развития технологий, IT компании могут успешно конкурировать и преуспеть на рынке.

Также в последние годы в России активно развивается стартап-сообщество, поддерживаемое правительством и инвесторами. Открывая IT предприятие в 2024 году, можно получить доступ к инвестициям, менторской поддержке и другим ресурсам для успешного развития своего бизнеса.

Наконец, с учетом быстрого развития цифровизации и цифровой экономики, открытие IT предприятия в 2024 году даст возможность быть на передовой в отрасли и успешно адаптироваться к изменяющимся условиям и новым трендам.

В современном мире у большинства владельцев бизнесов часто возникает необходимость цифровизации собственного дела.

Именно поэтому бизнес-идея IT предприятия актуальна и достаточно прибыльна. Прямых конкурентов достаточно много, но и запросов на цифровизацию предприятий в современном мире – не меньше. Осталось только разработать правильную стратегию в соответствии с запросами, требованиями и критериями потенциальных клиентов.

Основной потребительской группой можно назвать владельцев малого, среднего и крупного бизнеса в России. На которую в свою очередь и будет задействовано данное направление бизнеса.

В задачи IT предприятия войдёт:

1. Обсуждение технического задания для разработки необходимого программного обеспечения.
2. Создание программного продукта согласно техническому заданию и возможные доработки к нему.
3. Организация контроля заказчика за выполнением технического задания в реальном времени.
4. Создание и поддержка сайтов с нуля.
5. Постоянная поддержка разработанного программного обеспечения.

Проектируемое предприятие будет располагаться в городе Набережные Челны по адресу: ул. Бульвар Главмосстроевцев, д. 3. Преимуществом нашего местоположения является близкое расположение к центру и наличие постоянных свободных парковочных мест.

## 2. Стратегическое планирование: анализ внешней среды и оценка информации

Цель работы. Изучить 1-й этап стратегического планирования – анализ внешней среды предприятия – на примере предприятия ООО «It all».

Таблица 1 – Метод 5x5

Вопросы метода	Ответы на вопросы метода
1. Если вы обладаете информацией о факторах внешней среды, назовите хотя бы 5 из них.	1. Специфичные вкусы потребителей; 2. Высокий уровень конкуренции; 3. Последствия санкций против России; 4. Покупательская способность компаний; 5. Отношение руководителей компаний к It сфере; 6. Стоимость закупки ПО; 7. Стоимость закупки вычислительной техники
2. Какие 5 и более факторов внешней среды представляют для вас наибольшую опасность?	1. Специфичные вкусы потребителей; 2. Высокий уровень конкуренции; 3. Последствия санкций против России; 4. Покупательская способность компаний; 5. Отношение руководителей компаний к It сфере;

<p>3. Какие 5 и более факторов из планов ваших конкурентов вам известны?</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Усиленная квалификация существующего персонала и набор новых кадров;</li> <li>2. Клиентоориентированность и агрессивная рекламная кампания;</li> <li>3. Покупка аналогичных ПО и вычисленной техники за меньшую сумму;</li> <li>4. Конкурентная разведка;</li> <li>5. Целенаправленное уменьшение цены;</li> </ol>
<p>4. Если вы уже определили направление стратегии, какие 5 и более факторов могли бы стать наиболее важными для достижения ваших целей?</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Агрессивная PR компания для привлечения потенциальных клиентов;</li> <li>2. Уменьшение количества времени на выполнения услуги;</li> <li>3. Увеличение разнообразных услуг в области it;</li> <li>4. Увеличение качества предоставляемых услуг;</li> <li>5. Более подробный разбор технического задания с заказчиком;</li> </ol>
<p>5. Назовите не менее 5 внешних пространств (областей), включающих возможность изменений, которые могли бы стать наиболее важными для достижения ваших целей?</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изменение цен на товары и услуги.</li> <li>2. Популярность услуги.</li> <li>3. Налоги для предприятия.</li> <li>4. Финансовый уровень потенциальных компаний заказчиков.</li> <li>5. Уровень развития it инфраструктуры в стране;</li> </ol>

Таблица 2 – Метод 4-х вопросов

Название фактора	Критерии оценки влияния фактора
<p>Специфичные вкусы потребителей</p>	<p>1. Как данный фактор влияет на деятельность предприятия?  <b>Ответ:</b> Данный фактор существенно влияет на деятельность предприятия. Воздействие зависит от вкуса того или иного потребителя и возможность их выполнения;</p> <p>2. Какова вероятность усиления фактора?  <b>Ответ:</b> В реалиях нашего времени – очень высокая, из-за уровня развития IT инфраструктуры и уровня конкурентирования среди других компаний;</p> <p>3. Каково воздействие фактора на предприятие?  <b>Ответ:</b> воздействие фактора на предприятие в современных реалиях достаточно высокое.</p> <p>4. Когда воздействие этого фактора на предприятие может ослабнуть? В ближайшее время? В среднесрочном периоде? Через длительное время?  <b>Ответ:</b> Воздействие данного фактора постоянно.</p>
<p>Высокий уровень конкуренции</p>	<p>1. Как данный фактор влияет на деятельность предприятия?  <b>Ответ:</b> Данный фактор существенно влияет на деятельность предприятия. Воздействие отрицательное. Из-за наличия конкурентов, возможно,</p>

	<p>снижение количества потребителей и, как следствие, уменьшение прибыли.</p> <p>2.Какая вероятность усиления фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Вероятность усиления фактора – очень высокая. В реалиях современной экономики и развития IT сферы в целом – конкуренция между IT компаниями будет только усиливаться.</p> <p>3.Каково воздействие фактора на предприятие?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие фактора на предприятие очень высокое. С учетом развития IT сферы в России.</p> <p>4. Как долго будет длиться воздействие данного фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие данного фактора постоянно.</p>
--	--



<p>Последствия санкций против России;</p>	<p>1 Как данный фактор влияет на деятельность предприятия?</p> <p><b>Ответ:</b> Данный фактор существенно влияет на деятельность предприятия.</p> <p>2.Каково воздействие этого фактора на предприятие?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие отрицательное. Из-за введенных санкций, западное ПО является недоступным для покупки, а их аналоги – дорожают.</p> <p>3.Какова вероятность усиления данного фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Вероятность усиления фактора - средняя. Невозможно прослеживание.</p> <p>4.Каково воздействие фактора на предприятие?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие фактора на предприятие высокое.</p> <p>4. Когда воздействие этого фактора на предприятие может ослабнуть?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие данного фактора - временно. Всё зависит от ситуации в геополитике.</p>
---	---

<p>Покупательская способность компаний;</p>	<p>1.Как данный фактор влияет на деятельность предприятия?</p> <p><b>Ответ:</b> Данный фактор существенно влияет на деятельность предприятия. Воздействие отрицательное и положительное (в зависимости от увеличения и уменьшения).</p> <p>2.Какова вероятность усиления данного фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Вероятность усиления фактора - средняя. Возможно прослеживание.</p> <p>3.Какова степень воздействия данного фактора на предприятие?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие фактора на предприятие среднее.</p> <p>4. Каков характер воздействия данного фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие данного фактора непостоянное.</p>
<p>Отношение руководителей компаний к It сфере;</p>	<p>1.Как данный фактор влияет на деятельность предприятия?</p> <p><b>Ответ:</b> Данный фактор существенно влияет на деятельность предприятия. Воздействие положительное и отрицательное (в зависимости от увеличения и снижения финансовых возможностей предприятий). При высокой покупательной способности компании могут тратить больше финансов на наши услуги.</p>

	<p>2.Какова вероятность усиления фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Вероятность усиления фактора - высокая. Средняя возможность прослеживания.</p> <p>3.Каково воздействие фактора на предприятие?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие фактора на предприятие высокое.</p> <p>4. Как долго будет длиться воздействие данного фактора?</p> <p><b>Ответ:</b> Воздействие данного фактора постоянно.</p>
--	---

Таблица 3 – Матрица Вилсона

Показатели значения фактора для производства

Вероятность Воздействие	Высокая	Средняя	Низкая
Высокое	Высокое значение фактора для предприятия	Высокое значение фактора для предприятия	Среднее значение фактора для предприятия
Среднее	Высокое значение фактора для предприятия	Среднее значение фактора для предприятия	Низкое значение фактора для предприятия
Низкое	Среднее значение фактора для предприятия	Низкое значение фактора для предприятия	Низкое значение фактора для предприятия

Название фактора	Значение фактора для предприятия
1. Специфичные вкусы потребителей;	Высокое: вероятность – высокая. воздействие – высокое.
2. Высокий уровень конкуренции;	Высокое: вероятность – высокая. воздействие – воздействие.
3. Последствия санкций против России;	Высокое: вероятность – высокая. воздействие – высокая.
4. Покупательская способность компаний;	Высокое: вероятность – средняя. воздействие – среднее.
5. Отношение руководителей компаний к It сфере;	Высокое: вероятность – высокая. воздействие – высокое.

Таблица 4 – SWOT-анализ

Факторы среды	Сила	Слабости	Возможности	Угрозы
<b>Внутренняя среда</b>				
Качество продукции	X			
Ассортимент	X			
Организация управления	X			
Персонал	X			
Реагирование на спрос	X			
Неузнаваемый бренд		X		
Имидж и престиж предприятия	X			

Используемые технологии	X			
Финансы	X			
Скорость создания продукта	X			
<b>Внешняя среда</b>				
Специфичные вкусы потребителей;				X
Высокий уровень конкуренции;				X
Недоступность покупки иностранного(западного) ПО				X
Открытие новых рынков для компании (из-за санкций против РФ);			X	
Покупательская способность компаний;			X	
Отношение руководителей компаний к It сфере;				X

Внешняя среда организации – это сфера, в которой организация осуществляет свою жизнедеятельность, она представляет собой совокупность факторов влияния вне организации на её деятельность.

Внутренняя среда организации — совокупность процессов, в результате которых организация преобразует имеющиеся ресурсы в товары, предлагаемые рынку.

По результатам проведённого анализа, удалось выяснить, что наибольшую угрозу для предприятия представляют: конкуренция и политикоэкономические факторы.

Главным преимуществом нашего предприятия являются: качество продукции, ассортимент, организация управления, персонал, реагирование на спрос, имидж и престиж предприятия, используемые технологии и финансы.

Одними из наших слабостей являются: неузнаваемый бренд.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что внутренние и внешние факторы среды оказывают огромное воздействие на организацию и жизнедеятельность предприятия.

### 3. Стратегическое планирование: формирование приоритетов развития предприятия

Цель работы. Изучить 2-й этап стратегического планирования на примере малого предприятия ООО «IT-All».

Таблица 5 – Видение предприятия

<b>Видение (идеал) предприятия</b>	<b>Обоснование</b>
<p>Предприятие ООО «It all» — это компания, которая стремится стать IT предприятием мирового уровня, подобной Microsoft.</p>	<p>«IT-All»: это предприятие совершенно нового, космического уровня! В нашем предприятии можно найти следующее:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Полная нацеленность на клиента: клиент всегда прав! Клиенту будет доступна любая информация об готовящемся для него продукте, а любые правки будут выполнены абсолютно бесплатно!</li><li>• Высокая скорость выполнения работ. В нашей компании работа будет выполняться максимально быстро. Клиент сможет отслеживать прогресс работы в реальном времени;</li><li>• Качество работы на высшем уровне. Наши специалисты будут постоянно квалифицироваться в лучших мировых центрах обучения, соответственно качество продуктов будут выполняться на высшем уровне;</li><li>• Цены наших услуг будут конкурентноспособными. Мы не будем завышать цены наших продуктов, но и</li></ul>

	<p>при этом не будем работать себе в убыток. Цена будет конкурентоспособной;</p>
--	--

Таблица 6 – Миссия и положение о миссии предприятия

<b>Пункты положения о миссии</b>	<b>Описание пункта</b>
	<p>Миссия организации ООО «IT-All» состоит в удовлетворении потребностей компаний из всего мира в создании новых и поддержке существующих IT продуктов. Наш лозунг – «Разумно и просто!»</p>



<p>Описание продуктов и (или) услуг, предлагаемых предприятием</p>	<p>Предприятие ООО «It all» будет разрабатывать IT продукты, специализированные для предприятия. В качестве дополнительного сервиса компаниям будет доступно целый ряд бесплатных услуг, что станет одним из основных конкурентных преимуществ проекта наряду с высоким уровнем сервиса.</p> <p>Предприятие на начальном этапе будет предоставлять следующие услуги:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка frontend сайта;</li> <li>2. Разработка backend сайта;</li> <li>3. Fullstack разработка сайта;</li> <li>4. Техническая поддержка по разработанному сайту;</li> <li>5. Аналитика it структуры предприятия;</li> <li>6. Аналитика бизнес-процессов предприятия;</li> <li>7. Разработка frontend приложения;</li> <li>8. Разработка backend приложения;</li> <li>9. Fullstack разработка приложения;</li> <li>10. Техническая поддержка по разработанному приложению;</li> <li>11. Техническая настройка конфигурации приложений 1С;</li> <li>12. Техническая поддержка 1С;</li> </ol> <p>Предусмотрено расширение спектра услуг.</p>
<p>Характеристика рынка: предприятие определяет своих основных потребителей</p>	<p>IT услугами пользуются различные категории компаний и побуждают их на это различные причины. При этом вопреки расхожему мнению, заказчиками могут быть не только юридические лица, но и физические. Также нашими услугами могут воспользоваться как частные предприятия, так и государственные. Главной целью обращения к нам является цифровизация собственного предприятия, ведь цифровизация бизнес процессов предприятия - это следование трендам, поиск инновационных решений для обеспечения комплексного подхода к организации работы в компании при помощи современных технологий, это трансформация</p>

	<p>бизнес-процессов для создания обновленной, устойчивой бизнес-модели компаний, способных вести эффективную деятельность в условиях современной экономики и адаптироваться к их изменениям. В современном мире без цифровизации собственного бизнеса конкурентоспособность любого бизнеса невозможна.</p>
<p>Общие цели предприятия, касающиеся показателей выживания, роста, доходности</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Доступные цены. Низкая цена способствует повышению уровня спроса.</li> <li>2. Обсуждение технического задания. Без грамотного написания технического задания – практически невозможна дальнейшая работа по проекту, поэтому это не только способствует повышению уровня спроса, но и делает работу над проектом гораздо проще.</li> <li>3. Привлечение большого количества клиентов. Эффективная рекламная деятельность организации.</li> <li>4. Дополнительные услуги, направленные на создание условий для максимально эффективной цифровизации бизнеса.</li> </ol>
<p>Технология: характеристика оборудования, оснастки, техпроцесса в целом</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Компьютеры для осуществления деятельности предприятия с установленным необходимым ПО для разработки;</li> <li>2. Сервер с БД клиентов;</li> <li>3. Компьютеры бухгалтерии с установленным ПО для осуществления необходимых задач;</li> <li>4. Ноутбуки для осуществления деятельности предприятия с установленным необходимым ПО для разработки (для выезда за территорию предприятия);</li> <li>5. Компьютер для работы с клиентами с доступом к БД клиентов;</li> </ol>

<p>Внутренний образ предприятия</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1.Чтобы избежать банкротства предприятия, организационная структура на предприятии должна быть эффективной. Поэтому на нашем предприятии линейно-функциональная организационная структура.</li> <li>2.Кадровая политика компании - активная, открытая кадровая политика.</li> <li>3.Ориентация и тренинги сотрудников – развитие позитивного отношения к работе, реализма в ожиданиях и удовлетворённости работой, также постоянные обучения сотрудников современным IT технологиям.</li> <li>4.Программа поощрения сотрудников – премирования и поощрение за высокие результаты в работе.</li> <li>5.Культура, стиль и ценности – формирование корпоративной культуры и ценностей компании, выбор оптимального стиля управления.</li> <li>6.Оптимальный уровень организации управления – формирование структур, норм и правил предприятия.</li> <li>7.Финансы фирмы – обеспечение эффективного использования и движения денежных средств в организации: поддержание ликвидности, обеспечение прибыльности и т.д.</li> <li>8.Маркетинг – стратегии продукта, ценообразования, продвижение продукта на рынке.</li> </ol>
<p>Внешний образ предприятия</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Качество предоставляемых услуг</li> <li>2. Постоянная связь с заказчиками</li> <li>3. Эффективная рекламная деятельность компании.</li> <li>4.Наличие у персонала опыта и специального образования.</li> <li>5.Хороший имидж компании.</li> <li>6.Соотношение между ценой и качеством.</li> <li>7.Надежность предприятия.</li> </ol>

Видение – это философия предпринимательской деятельности; это обоснование существования предприятия; это не цель, а чувство основной цели предприятия; идеальная картина будущего. Мы стремимся создать бренд, который, распространится по всей стране и сформирует совершенно иное представление об уходе для животных.

Миссия – это комплексная цель, которая должна быть достигнута в определенном плановом периоде, объединяющая в себе как внешние, так и внутренние ориентиры деятельности предприятия.

Удобство, доступность, уникальность, надёжность – все эти качества присутствуют в отеле «It all», что позволяет с большей уверенностью предполагать, что компанию ждёт успех.

В результате формирования видения и миссии предприятия были выявлены возможные направления развития предприятия: привлечения максимального числа клиентов, максимизация прибыли, повышение конкурентоспособности предприятия и развития имиджа.

#### 4 Стратегическое планирование: анализ стратегических альтернатив, формирование общей и конкурентной стратегии

Цель работы. Изучить 3-й этап стратегического планирования – анализ стратегических альтернатив – на примере малого предприятия ООО «It all».

Таблица 7 – Модель «продукт-рынок»

Рынок \ Продукт	Существующий	Новый, но связанный с существующим	Совершенно новый
Существующий	Низкий риск	Умеренный риск	Высокий риск
Новый, но связанный с существующим	Умеренный риск	Риск выше среднего	Риск выше среднего
Совершенно новый	Высокий риск	Риск выше среднего	Чрезмерно высокий риск

Таблица 8 – Матрица БКГ

Возможности расширения отраслевого рынка \ Уровень конкурентно-способности	Низкий	Высокий
	Высокие	Знак вопроса
Низкие	Собака	Дойная корова

Таблица 9 – Матрица Мак-Кинзи

Стратегическое положение	Высокое	Среднее	Низкое
Привлекательность рынка	Высокое	Среднее	Низкое
Высокое	Инвестировать (Расти)	Инвестировать (Расти)	Ограниченные инвестиции (укрепление стратегических позиций)
Среднее	<b>Инвестировать (Расти)</b>	Ограниченные инвестиции (укрепление стратегических позиций)	Собрать урожай (отказаться от этого бизнеса)
Низкое	Ограниченные инвестиции (укрепление стратегических позиций)	Собрать урожай (отказаться от этого бизнеса)	Собрать урожай (отказаться от этого бизнеса)

Привлекательность рынка	Оценка	Стратегическое положение	Оценка
Характеристика рынка (отрасли)			
Размер рынка (количество продаж, выраженное в данных единицах и в натуральном отношении)	Высокая	Ваша доля рынка (в эквивалентных терминах)	Средняя
Размеры ключевых сегментов (характеристика основных групп покупателей)	Высокая	Ваш охват ключевых сегментов	Высокая
		Степень вашего участия в диверсификации	Высокая
Диверсифицированность рынка	Высокая		

Чувствительность рынка к ценам, уровню обслуживания, изменениям внешних факторов	Средняя	Ваше влияние на рынок	Средняя
Склонность к цикличности	Низкая	Характер ваших отношений с поставщиками	Низкая
Склонность к сезонности	Низкая		
Воздействие поставщиков на характер заключаемых сделок	Низкая	Воздействие на позицию фирмы ваших потребителей	Высокая
<b>Факторы конкуренции</b>			
Уровень конкуренции	Высокая	Ваша приспособленность к конкуренции в терминах выпускаемых продуктов, возможностей обслуживания рынков, производительной силы, качества управления	Высокая
Сегменты рынка, которые конкуренты покинули или наоборот освоили	Средняя		
Чувствительность к товарам-субститутам	Низкая		
Степень и типы интеграции фирм в отрасли	Средняя	Сегменты, оставленные или вновь освоенные вами	Низкая
		Ваша относительная доля рынка	Средняя
		Ваша уязвимость со стороны новой технологии	Средняя
		Ваш собственный опыт и уровень интеграции с другими фирмами	Средняя
<b>Финансово-экономические факторы</b>			
Пределы капиталовложений в отрасли	Средняя	Ваши пределы капиталовложений	Средняя
		Ваши факторы рычага	Средняя
Факторы рычага (структура издержек и величина долга)	Средняя		

Барьеры на входе и выходе из отрасли	Средняя	Барьеры, которые представляют трудность для вас	Средняя
Степень использования производственных мощностей	Высокая	Ваш уровень использования мощностей	Средняя
		Ваш уровень доходности	Высокая
Отраслевой уровень доходности	Средняя	Ваши показатели платежеспособности	Средняя
Отраслевой уровень ликвидности	Высокая	Стратегическое положение	Высокая
Привлекательность рынка	Высокая		
Социально-психологические факторы			
Социальная среда	Высокая	Ваш внешний образ	Высокая
Юридические ограничения	Низкая	Внутрифирменная культура и этика	Высокая

Привлекательность рынка:

$$8/20*10+7/20*7+5/20*3=144/20=7,2 \text{ (Среднее значение)}$$

Стратегическое положение:

$$8/20*10+7/20*7+2/20*3=149/20=7,8 \text{ (Высокое значение)}$$

Таблица 10 – Общая стратегия предприятия

Общая стратегия	Методы анализа	Обоснование
Стратегия роста	Метод «продукт–рынок»	Цель стратегии роста: Достижение устойчивого и ускоренного расширения рынков, увеличение доли рынка и укрепление лидерской позиции в отрасли, обеспечивая высокий уровень удовлетворенности клиентов и инновационные решения в области информационных технологий.  Стратегия предприятия: Инновационный рост и укрепление конкурентных позиций путем разработки высокотехнологичных решений, предоставления уникального предложения и активного взаимодействия с клиентами.
	Метод БКГ	



	<p>Метод Мак–Кинзи</p>	<p>Способы для реализации стратегии роста:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Развитие инфраструктуры: увеличение емкости серверов, увеличение скорости сети, обновление программного обеспечения для повышения производительности и эффективности работы.</li> <li>2. Усиление маркетинга и продаж: использование IT-технологий для улучшения маркетинговых и продажных стратегий, анализ данных о потребителях для более точного таргетирования рекламы.</li> <li>3. Внедрение новых технологий: внедрение новых технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей и других, для улучшения процессов и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке.</li> <li>4. Развитие цифровой стратегии: создание цифровой стратегии, которая будет охватывать все аспекты бизнеса и включать в себя использование IT-технологий для улучшения производительности, оперативности и обслуживания клиентов.</li> <li>5. Обучение персонала: обучение сотрудников работе с новыми технологиями, обновление их навыков и знаний для более эффективного использования IT-ресурсов при реализации стратегии роста предприятия.</li> <li>6. Защита информации: обеспечение безопасности данных, защита от кибератак и утечки информации, разработка и внедрение мер по обеспечению безопасности информационных технологий предприятия.</li> </ol> <p>В целом, стратегия предприятия при стратегии роста должна быть направлена на оптимизацию бизнес-процессов, улучшение качества обслуживания клиентов и увеличение конкурентоспособности на рынке.</p>
--	------------------------	--

Таблица 11 – Конкурентная стратегия предприятия

Конкурентная стратегия	Важные предпосылки	Обоснования
Дифференциация	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Инновационные технологии: Наличие уникальных и передовых технологий, которые могут быть применены в разработке продуктов или услуг.</li> <li>2. Глубокое понимание рынка: Исследование и понимание потребностей целевой аудитории, чтобы разработать продукты или услуги, которые будут удовлетворять их уникальные потребности и желания.</li> <li>3. Качество и надежность: Обеспечение высокого качества продукции или услуг, которое будет служить основой для дифференциации на рынке.</li> <li>4. Сильный бренд и имидж: Построение узнаваемого и уважаемого бренда, который ассоциируется с высоким качеством, инновациями и превосходным обслуживанием.</li> <li>5. Эффективное управление и организационная культура: Создание гибкой и адаптивной организационной структуры, которая способствует инновациям,</li> </ol>	<p>Для нашего предприятия подходящая стратегия - дифференциация. Стратегия дифференциации позволяет компании выделиться на рынке, предлагая уникальные и инновационные решения в области информационных технологий. Мы сосредоточимся на разработке передовых технологических решений, настроенных на актуальные потребности рынка, что поможет нам привлечь внимание потенциальных клиентов и установить с ними долгосрочные отношения. Глубокое понимание рынка и наших клиентов позволит нам создать продукты, наиболее точно отвечающие их потребностям, что будет служить основой для нашего конкурентного преимущества. Мы уделяем особое внимание качеству и надежности наших решений, что обеспечит высокий уровень доверия к нашей компании среди клиентов. Быстрое реагирование на изменения в рыночной среде и адаптация к новым условиям позволят нам эффективно адаптироваться к изменяющимся требованиям рынка и сохранять</p>

	сотрудничеству и постоянному улучшению.	конкурентоспособность на долгосрочной основе. В заключение, стратегия дифференциации будет способствовать созданию устойчивого конкурентного преимущества для предприятия, обеспечивая успешное развитие и рост в долгосрочной перспективе.
--	---	---

Таблица 12 – Функциональная стратегия предприятия

Функциональная стратегия	Важные предпосылки	Обоснование
Стратегия маркетинга	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Изучение потребностей и предпочтений целевой аудитории.</li> <li>2. Анализ рыночных тенденций, возможностей и угроз.</li> <li>3. Определение основных маркетинговых целей и задач для достижения бизнес-целей.</li> <li>4. Разработка эффективных маркетинговых стратегий и тактик.</li> <li>5. Оптимизация дистрибутивной сети для расширения охвата и улучшения доступности продукции.</li> <li>6. Поиск и развитие партнерских отношений и сотрудничества для усиления конкурентного преимущества.</li> <li>7. Регулярный контроль и оценка эффективности реализации маркетинговых инициатив,</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Привлечение новых клиентов: Маркетинговые усилия помогут привлечь новых клиентов, расширяя клиентскую базу и увеличивая объемы продаж. Это будет способствовать росту доходов и укреплению позиций на рынке.</li> <li>2. Укрепление бренда и репутации: Эффективная маркетинговая стратегия позволит укрепить бренд и репутацию предприятия как надежного и инновационного поставщика услуг. Это привлечет больше потенциальных клиентов и увеличит доверие к предприятию.</li> <li>3. Дифференциация на рынке: Маркетинговые</li> </ol>

	<p>корректировка стратегии при необходимости.</p>	<p>усилия позволят выделить предприятие среди конкурентов, подчеркнув уникальные особенности и преимущества продуктов и услуг.</p> <p>4. Улучшение коммуникаций с клиентами: Маркетинговая стратегия поможет улучшить коммуникацию с клиентами, обеспечивая им актуальную и полезную информацию о продуктах, услугах и акциях предприятия.</p> <p>Маркетинговая стратегия должна быть комплексной и многофункциональной, включая разнообразные каналы и инструменты для взаимодействия с клиентами и привлечения новых потребителей. Это позволит предприятию эффективно развиваться, расширять свои рыночные позиции и достигать поставленных бизнес-целей.</p>
--	---	--

В результате проведенного анализа для ООО «IT-All» характерны высокая стратегическая позиция и средняя привлекательность рынка.

Стратегическая цель нашего предприятия заключается в разработке уникального рыночного предложения, которое позволит выделиться на рынке, привлечь большое количество клиентов и укрепит нашу репутацию как качественного и надёжного

Стратегическая цель нашего предприятия заключается в чётком определении возможностей и преимуществ и внесения определённых инвестиций, для того чтобы максимизировать выгоду от применения сильных сторон и укрепления слабых.

По итогам анализа была выбрана стратегия роста, главной целью которой является - расширение (увеличение) предприятия, чрез проникновение и захват новых ниш рынка. Была выбрана конкурентная стратегия – дифференцирование, направленная на создание уникального и отличающегося от конкурентов предложение продуктов или услуг, для удовлетворения потребностей потребителей.

В качестве функциональной стратегии предприятия была выбрана стратегия маркетинга. Данная стратегия способствует формирования вкусов и предпочтений потребителей, а также навязывания им новых товаров, характеризующихся кардинально новыми потребительскими свойствами, путём проведения маркетингового исследования.

Таким образом, проект предприятия ООО «IT-All» является реализуемым, при точных анализах и расчетах на этапах тактического и оперативного планирования. Однако, следует уделить внимание возможным рискам, которые могут возникнуть в будущем.