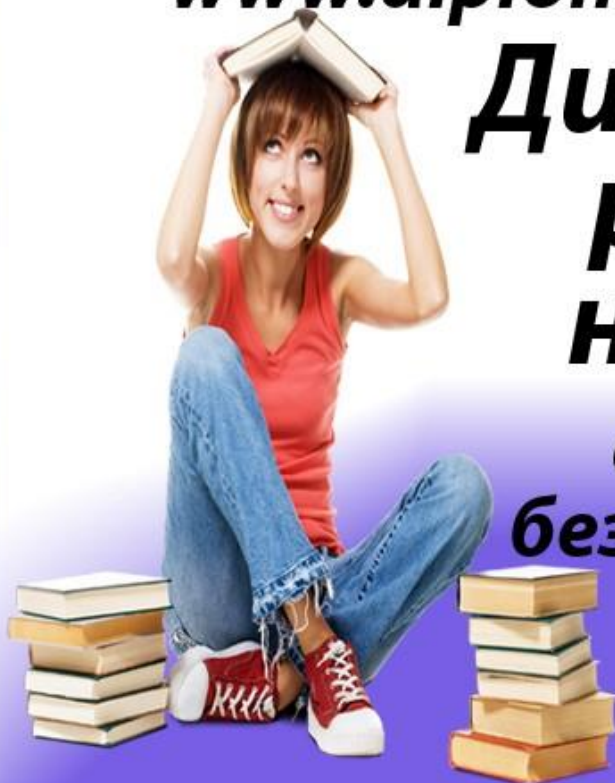


www.diplomstudent.net

Дипломные работы на заказ

**от автора
без предоплаты**



2.АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

Проведем анализ внешнего окружения организации ООО «Дентал Сервис». Составим матрицу вероятности/влияния для позиционирования возможностей внешней среды, табл.2.1.

Таблица 2.1

Матрица «вероятность/влияние» для позиционирования возможностей внешней среды

Влияние вероятность	сильное	умеренное	малое
Высокая	Улучшение уровня жизни населения Изменение стратегии стимулирования	Изменение качества медицинских услуг	Заинтересованность потребителя в низких ценах.
Средняя	Усиление сбыта услуг	Рост реальных денежных доходов населения.	Разорение и уход фирм-конкурентов
низкая	Продолжение экономического роста. Улучшение деятельности банковской системы и кредитование малого бизнеса.	Снижение безработицы	Стабильная политическая ситуация в стране.

Полученные внутри матрицы табл.2.1 девять полей имеют разное значение для организации. Выделим только те, которые попали на поля «ВС», «ВУ» и «СС» (левый верхний угол).

Позиционируя каждую из угроз по степени ее влияния и вероятности наступления, построим матрицу угроз, табл. 2.2.

Матрица «вероятность/влияние» для позиционирования угроз внешней среды

Влияние вероятность	разрушение	тяжелое	«Легкие ушибы»
Высокая	Увеличение числа конкурентов. Появление новых медицинских услуг	Снижение уровня жизни населения	Несовершенство государственной политики в области инвестирования. Неэффективная практика исполнения существующего законодательства.
Средняя	Появление современных технологий производства и высокоэффективного медицинского оборудования.	рост цен на закупку нового медицинского оборудования. Недостаточная для устойчивого роста инвестиционная активность.	Национализация бизнеса Ухудшение политической обстановки
низкая	Неблагоприятный деловой климат. Сильное падение объемов капиталовложений, опережающее по своим темпам производственный спад.	Рост суммарной задолженности по заработной плате. Социальная незащищённость населения. Отсутствие благоприятных экономических условий, позволяющих гражданам обеспечивать высокий уровень социального потребления.	Повышение цен на энергоносители и арендной платы

Те угрозы из табл.2.2, которые попали на поля «ВР», «ВТ», «СР» (верхний левый угол), представляют очень большую опасность для организации и требуют повышенного внимания.

Для получения более полного представления, необходимо полученные данные из табл.2.1 и табл.2.2. ранжировать в порядке убывания и степени воздействия на предприятия, табл.2.3.

Внешние возможности и угрозы

№ п/п	Возможности	Угрозы
1	Улучшение уровня жизни населения	Увеличение числа конкурентов.
2	Изменение стратегии стимулирования	Появление новых медицинских услуг
3	Изменение качества медицинских услуг (повышение качества)	Появление современных технологий производства и высокоэффективного медицинского оборудования.
4	Усиление сбыта услуг	Снижение уровня жизни населения

Таким образом, состояние внешней среды предприятия ООО «Дентал Сервис» достаточно стабильное. Меньшее влияние на предприятие оказывают такие факторы, как: политическая ситуация в стране, повышение цен на энергоносители и др. Большое влияние имеют экономические факторы и социальные факторы, а именно: снижение доходов населения, снижение спроса на оказание медицинских услуг, рост цен на современное медицинское оборудование, появление конкурентов и др. Проведенный выше анализ показал, что наибольшую угрозу представляют конкуренты и потребители. Следовательно, для нормального функционирования предприятия ООО «Дентал Сервис» необходима разработка наиболее сильных решений, наиболее эффективных стратегий развития организации.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 8 февраля 1998 г. N 14-ФЗ (принят ГД ФС РФ 14.01.1998)//с изменениями от 28 декабря 2010 г. N 409-ФЗ.
2. Акулич, И.Л. Маркетинг. – 2-е изд., перераб. и доп. / Мн.: Выш. шк., 2008г. – 447 с.
3. Андреев, Н. Маркетинг и маркетинговые исследования. – М.: Фолиум, "Информ-студио"., 2009г. – 230 с.
4. Басовский, Л.Е. Маркетинг: Курс лекций. / Л.Е.Басовский. – М.: ИНФРА-М, 2008г. – 219 с.
5. Беляев, В.И. Маркетинг: основы теории и практики: Учебник. – М.: КРОНУС, 2009г. – 672 с.
6. Баканов М.И., А.Д. Шеремет «Теория экономического анализа» Москва, 2010 г.
7. Гембл П., Стоун М., Вудкок Н. Маркетинг взаимоотношений с потребителями. – Пер. с англ. В.Егорова. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2008г. – 512с.
8. Данько, Т.П. Управление маркетингом. –3-е изд., перераб. и доп. :Учебник. – М.: ИНФРА-М, 2009г. – 363 с.
9. Дтоунз Г.П. Торговый бизнес: как организовать и управлять. М: Международные отношения, 2010 г.
10. Десмос Г.М. Руководство по оценке бизнеса.-М.: РОО, 2009 г.
11. Есипов В., Маховикова Г., Терехова В. Оценка бизнеса.- СПб.: Питер, 2008 г.
12. Зайцев, В.А. Маркетинг: учеб. Пособие для заочной (дистанционной) формы обучения. – М.: МГИУ, 2007. – 184 с.
13. Зайцев В.И., “Стратегическое планирование” - М: ЭКМОС, 2010г.

- 14.Коротков, А.В. Маркетинговые исследования: Учебное пособие. –М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009г. -304 с.
- 15.Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М. “Предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность.” — М.: Экономика, 2007г.
- 16.Котлер Ф., “Маркетинг Менеджмент”, - СПб: Питер, 2009г.
- 17.Кэмпбел Д, Стоунхаус Дж., Хьюстон Б. “Стратегический менеджмент” Пер. с англ. Алмазовой Н.И. – М: ООО «Издательство Проспект», 2008г.
- 18.Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: перевод с франц. - СПб: Наука, 2008.
- 19.Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. «Основы менеджмента»/пер. с англ. –М.: Дело, 2008 г.-704 с.
- 20.Маркетинг: учебник/А.Н. Романов, Ю.Ю. Корлюгов, С.А. Красильников и др. под ред. А.Н. Романова.-М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2009 г.-560 с.
- 21.«Менеджмент»/ И.Н. Герчикова: Учебник, третье издание, Москва «Банки и биржи» Издательское объединение «Юнити» 2008г.
- 22.Оценка предприятия: теория и практика: учебное пособие/под ред. В.В. Григорьева, М.А. Федотовой.-М.: Инфра-М, 2009 г.
- 23.Стаханов В.Н., Стаханов Д.В. Маркетинг сферы услуг: Учебное пособие. – М.: Экспертное бюро, 2007. – 160с.
- 24.Терещенко В.М. Маркетинг: новые технологии в России. – СПб: Питер, 2008г.
- 25.Фатхутдинов Р.А. «Стратегический менеджмент» :учебник для вузов.-3-е изд. ,-М.: ЗАО «Бизнес-школа» «Интел-Синтез», 2010 г.416 с.
- 26.Фишмен Д., Пратт Ш. Руководство по оценке стоимости бизнеса: пер. с англ.-М.: Квинто-Консалтинг, 2007 г.
- 27.Федько С.А., Федько В.П. Основы маркетинга. - Москва, 2007.
- 28.Хасси Д., “Стратегия и планирование” Пер. с англ. под ред. Трофимовой Л.А.– СПб: Питер, 2009г.

