

Учреждение образования Федерации профсоюзов Беларуси
«Международный университет «МИТСО»
Факультет международных экономических отношений и менеджмента
Кафедра маркетинга

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

Организация и пути совершенствования маркетинговой деятельности предприятия (на примере ООО «ЕвроСтильМебель»)

Автор:

Деревяго Юлия Михайловна

Курс 3, группа № 1426зс

Специальность: маркетинг

Научный руководитель:

Заведующий кафедрой ,

доцент, кандидат

экономических наук

Дадалко Светлана Викторовна

Минск 2017

Объект исследования: Общество с ограниченной ответственностью «ЕвроСтильМебель».

Предмет исследования: маркетинговая деятельность в организации.

Цель дипломной работы: определение роли маркетинга в системе управления организации и разработка предложений по совершенствованию маркетинговой деятельности в организации.

Для реализации данной цели исследования необходимо решить следующие задачи:

1. Рассмотреть теоретические аспекты маркетинговой деятельности организации и определить ее место в системе управления;
2. Провести анализ маркетинговой деятельности исследуемой организации;
3. Выявить перспективы развития маркетинговой деятельности в организации.

Общество с ограниченной ответственностью «ЕвроСтильМебель»



Основные показатели деятельности ООО «ЕвроСтильМебель», млн. руб.

Показатели	2014	2015	2016
Выручка от реализации продукции, товаров, работ, услуг	3904,5	2652,4	2698,1
Себестоимость реализованной продукции, товаров, работ, услуг	2168,6	2061,6	1981,8
Валовая прибыль	1735,9	590,8	716,3
Управленческие расходы	1549,4	375,7	481,7
Расходы на реализацию	60,6	50,1	85,8
Прибыль (убыток) от реализации продукции, товаров, работ, услуг	125,9	165,0	148,8
Прибыль (убыток) от текущей деятельности	120,8	175,0	173,8
Прибыль (убыток) от инвестиционной и финансовой деятельности	101,9	242,0	264,9
Прибыль (убыток) до налогообложения	348,6	572	597,5
Чистая прибыль (убыток)	285,9	469,0	481,8
Уровень рентабельности продаж, %	7,3	17,7	17,9

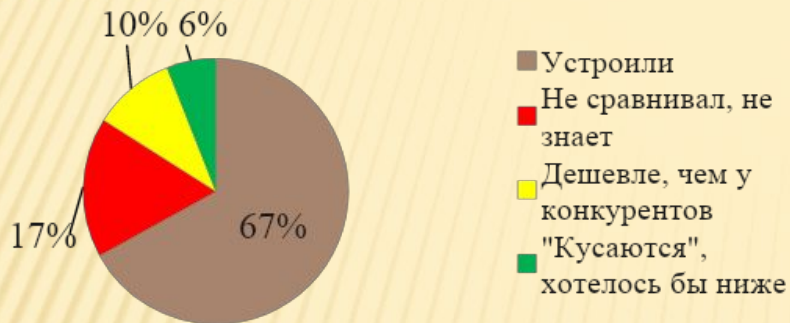
Финансовое состояние ООО «ЕвроСтильМебель» за 2014-2016 годы

Показатель	Нормативное значение коэффициента	2014	2015	2016
Коэффициент текущей ликвидности	не менее 1,5	3,41	2,86	2,87
Коэффициент обеспеченности собственными средствами	не менее 0,2	0,71	0,65	0,65
Коэффициент обеспеченности обязательств активами	не более 0,85	0,20	0,28	0,28

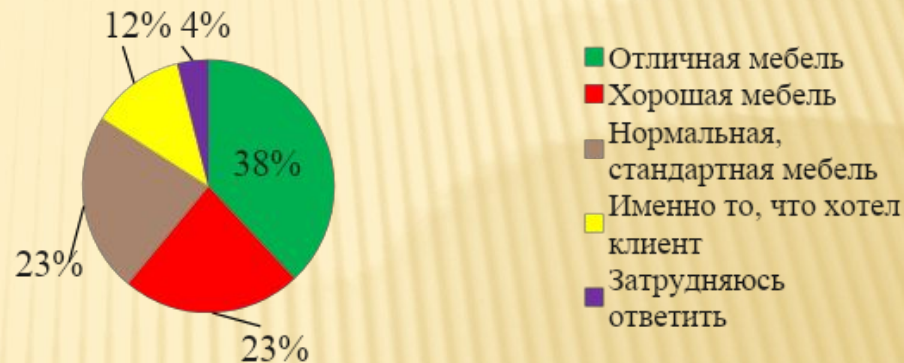
SWOT-анализ

	Сильные стороны ВОЗМОЖНОСТИ «О» - opportunities	Слабые стороны УГРОЗЫ «Т» - threats
Внешняя среда	<ol style="list-style-type: none"> 1. Рост рынка, внедрение на новые рынки 2. Новые технологии 3. Государственная поддержка 4. Таможенный союз 5. Наличие новых привлекательных рынков за рубежом 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Высокая конкуренция 2. Развитие альтернативных технологий 3. Высокая степень контроля со стороны государства 4. Угроза поглощения со стороны крупных компаний 5. Перенасыщение рынка товарами
	ПРЕИМУЩЕСТВА «S» - strength	НЕДОСТАТКИ «W» - weakness
Внутренняя	<ol style="list-style-type: none"> 1. Большой охват рынка 2. Широкая производственная линейка 3. Высококвалифицированные специалисты 4. Узнаваемость на рынке 5. Большое количество постоянных клиентов 6. Большое количество салонов и дилеров не только в Республике Беларусь, но и в России и Казахстане 7. Выгодные условия с поставщиками 8. Большой опыт 9. Высокое качество продукции 10. Послепродажное обслуживание 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Мало оборотных средств 2. Низкая рентабельность производственной деятельности 3. Периодический упадок заказов из-за насыщения рынка и появления новых конкурентов

Результаты маркетинговых исследований ООО «ЕвроСтильМебель»



Ответы на вопрос «Насколько клиентов устраивают цены на продукцию?»



Ответы на вопрос «Как оценивается мебель Про-Трейд с точки зрения стиля?»



Ответы на вопрос: «Как Вы узнали про Про-Трейд?»



Ответы на вопрос «Почему купили именно у Про-Трейда?»

Недостатки организации маркетинговой деятельности в ООО «ЕвроСтильМебель»:

- Наличие на предприятии отдела маркетинга и отдела сбыта одновременно, что является свидетельством нерационального использования трудовых ресурсов.
- Угроза поглощения со стороны компаний-конкурентов.
- Периодический упадок заказов из-за насыщения рынка и появления новых конкурентов.
- Высокая степень контроля со стороны государства.
- Недостаточное продвижение своей продукции на зарубежных рынках.
- Существенный отток клиентов.

Мероприятия по совершенствованию организации маркетинговой деятельности ООО «ЕвроСтильМебель»

- объединение отдел маркетинга и отдел сбыта, что позволит более рационально использовать трудовые ресурсы, а освободившихся сотрудников привлечь к другим не менее важным обязанностям;
- проведение активную рекламной компании на рынке Республике Беларусь и на зарубежных рынках, внедрение сувенирной продукции (предложение раздавать сувенирную продукцию каждому покупателю);
- участие ООО «ЕвроСтильМебель» в международной выставке мебели и оборудования для офисных помещений Invest-Hotel 2017.



Эффект от внедрения мероприятий в ООО «ЕвроСтильМебель», руб.

Мероприятие	Доп. выручка	НДС	Затраты на внедрение мероприятие	Доп. балансовая прибыль	Налог на прибыль	Доп. чистая прибыль
Объединение отдела маркетинга и отдела сбыта	43 870	7311,67	7 467,45	29 090,5	5 236,28	23 854,17
Проведение активной рекламной компании на рынке в Республики Беларусь и на рынке Республики Польша	65 805	10 967,50	38 931,9	15 905,6	2 863,01	13 042,59
Участие ООО «ЕвроСтильМебель» в международной выставке мебели и оборудования для офисных помещений Invest-Hotel 2017	10 9675	18 279,17	30 134,2	61 261	11 026,9	50 234,06

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

