

Филиал государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования Московской области

«Международный университет природы, общества и человека «Дубна» – Дмитровский
институт непрерывного образования
(Филиал ДИНО государственного университета «Дубна»)

Совершенствование маркетинговой деятельности предприятия (на примере ООО «ТехноАлекс»)

Выполнил студент: Катанин Алексей Дмитриевич

Цель исследования - совершенствование маркетинговой деятельности предприятия

ЗАДАЧИ

- 1) изучить систему управления маркетингом на предприятии;
- 2) осуществить анализ хозяйственной деятельности предприятия ООО «ТехноАлекс»;
- 3) исследовать систему управления маркетингом в ООО «ТехноАлекс»;
- 4) предложить рекомендации по улучшению системы управления маркетингом на исследуемом предприятии и оценить их эффективность.

Объектом исследования является деятельность предприятия ООО «ТехноАлекс», **предмет** исследования – совершенствование маркетинговой деятельности ООО «ТехноАлекс».

Организационная структура управления ООО «ТехноАлекс»

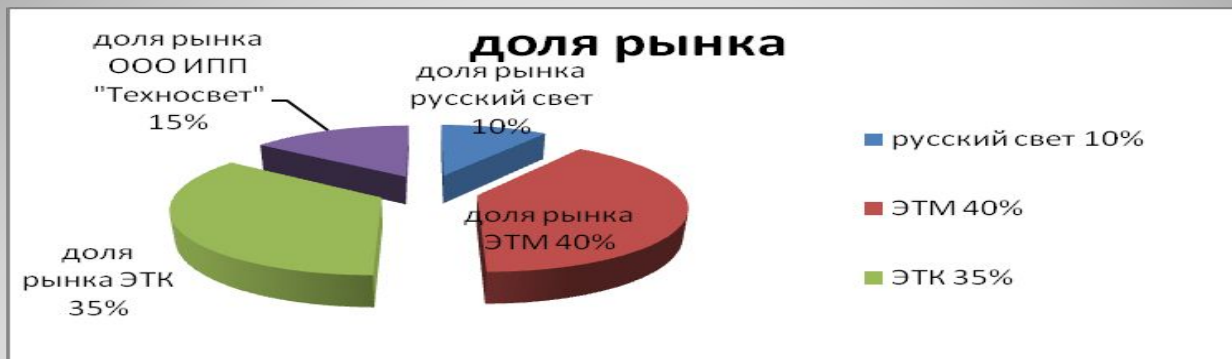


Структура активов баланса ООО «ТехноАлекс» в 2014-2016 гг.

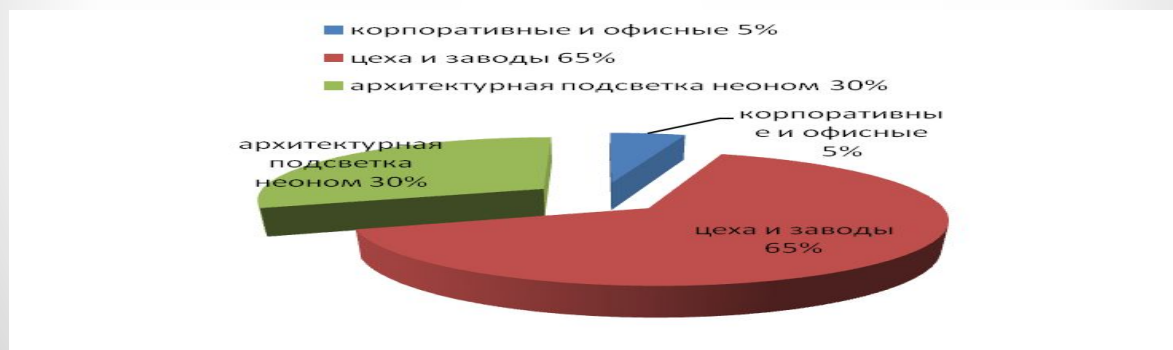
Показатели	2014 г.	2015 г.	2016 г.	Абсолютные изменения за 2015-2014 гг., тыс. руб.	Абсолютные изменения за 2016-2014 гг., тыс. руб.
Внеоборотные активы:					
Нематериальные активы	10	10	10	0	0
Оборотные активы:					
Запасы	142	123	131	-19	+8
Товары отгруженные	65	42	70	-23	+28
Дебиторская задолженность	64	92	83	+28	-9
ИТОГО:	216	225	248	+9	+23

Структура пассивов баланса ООО «ТехноАлекс» в 2014-2016 гг.

Показатели	2014 г.	2015г.	2016 г.	Абсолютные изменения за 2015-2014 гг., тыс. руб.	Абсолютные изменения за 2016-2015 гг., тыс. руб.
Капитал и резервы:					
Уставный капитал	10	10	10	0	0
Краткосрочные обязательства:					
Займы и кредиты	94	113	153	+19	+40
Кредиторская задолженность	122	112	95	-10	-17
ИТОГО:	216	225	248	+9	+23

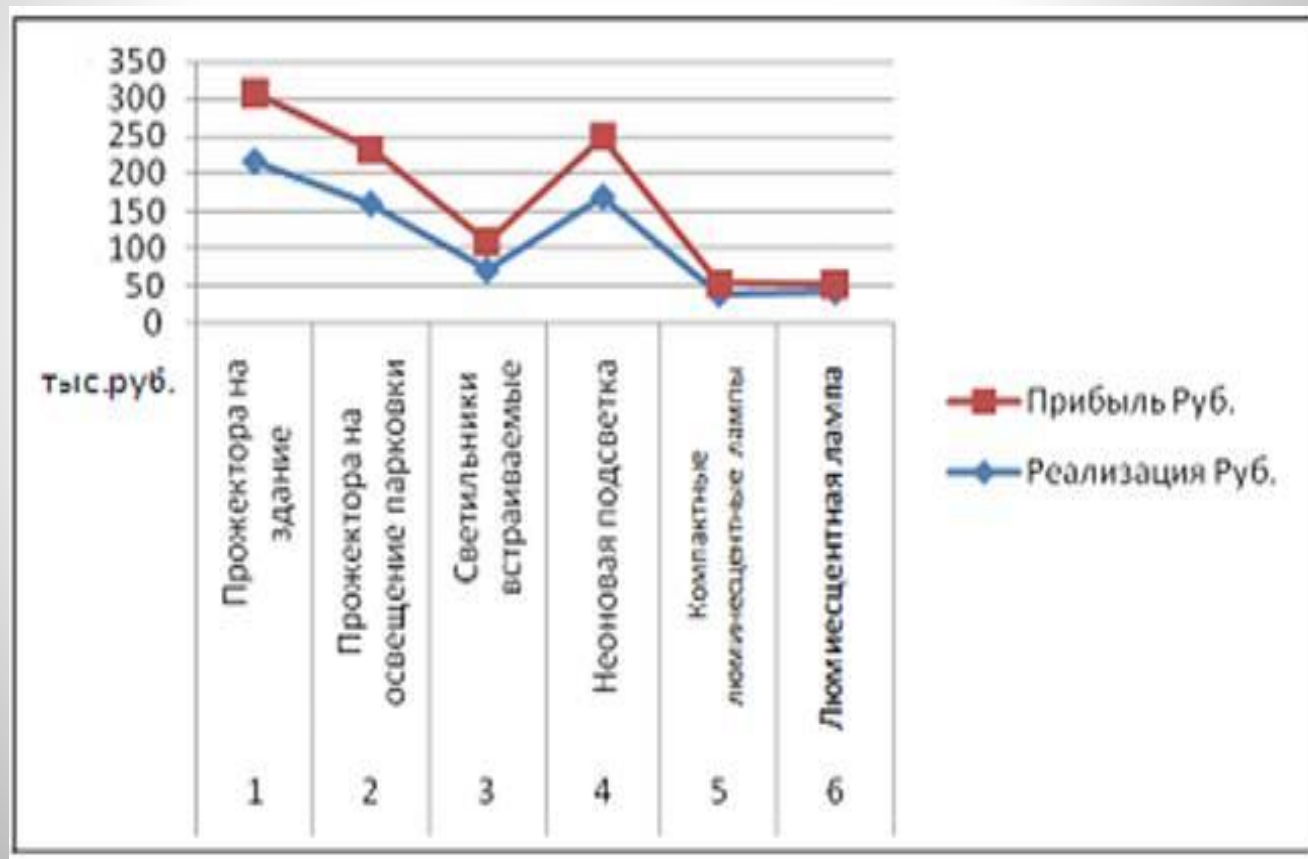


Основные конкуренты ООО «ТехноАлекс» за 2014- 2016 гг.



Категория покупателей ООО «ТехноАлекс» за 2014- 2016 гг.

Структура объема реализации и прибыли по видам продукции ООО
«ТехноАлекс» в 2016 г.



SWOT - анализ предприятия ООО «ТехноАлекс»

Характеристика сильных сторон предприятия	Характеристика возможностей
Высокое качество и новизна товара Широкий ассортимент продукции Активное сотрудничество с производителями других стран Активное участие в выставках Производство запатентованных товаров	Введение маркетолога в штат Укрепление позиций на рынке и увеличение объемов продаж Ускорение роста рынка Узнавание бренда и увеличение круга потребителей Преобладание над конкурентами в данном сегменте рынка
Характеристика слабых сторон предприятия	Характеристика угроз
Не проводится системная маркетинговая политика, отсутствует маркетолог в штате Слабо развиты маркетинговые коммуникации Не выработана четкая транспортная политика Всего одна торговая точка в городе	Увеличение сроков поставки Увеличение транспортных расходов Усиление конкурентного давления Уменьшение количества клиентов Сложная экономическая ситуация в стране

Предлагаемые мероприятия:

- необходимо совершенствовать маркетинговую политику, а для этого нужно ввести должность маркетолога в офисе продаж,
- пересмотреть методы проведения рекламных компаний, проводимых фирмой, ввести гибкую систему скидок на электротехническую продукцию;
- разработать эффективный план маркетинговой политики;
- создать привлекательный имидж фирмы;
- рассчитать эффективность рекламной компании с учетом целей и задач, поставленных перед маркетологом

Значения критериев экономической эффективности рекламной кампании

Показатели эффективности	Проведение рекламы зам. директора (расходы 80000 руб., торговая наценка 15%)			Проведение рекламы маркетологом (расходы 183250 руб. торговая наценка 15%)		
	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)	До рекламной кампании	После рекламной кампании	Изменение (+/-)
Товaroоборот	710 000	1 270 000	+560000	680 000	1 410 000	+730000
Прибыль	125 000	160 000	+35000	120 000	209 000	+89000
Издержки обращения	46 000	48 000	+2000	42 000	66 000	+24 000
Коэффициент оборота оборотных средств	0,09	0,14		0,07	0,23	
Доля рынка	13%	15,5%		12%	17,1%	

Сводный бюджет маркетинга на 2017 г. ООО «ТехноАлекс»

Направления	Расходы, руб.	Структура, %
1. Исследование рынка	20000	8,949
2. Реклама и другие средства информационного воздействия	163250	91,051
Всего расходов	183250	100,0

**Доклад закончен,
Спасибо за внимание**