



Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов»

Выполнила:

Научный руководитель:

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ



Цель – разработке мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов»

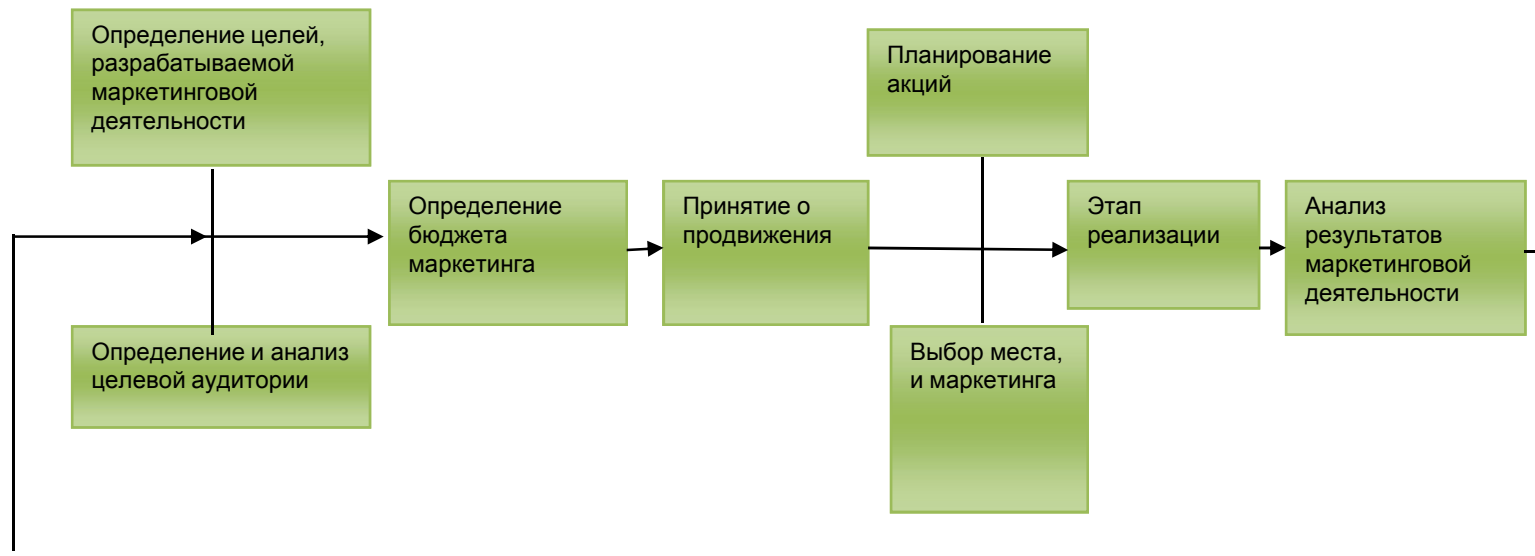
Задачи:

1. Изучение теоретических и методических источников по проблеме организации маркетинговой деятельности промышленного предприятия.
2. Диагностический анализ состояния ОАО «РЗМКП».
3. Разработка комплекса мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности ОАО «РЗМКП».
4. Экономическая оценка предлагаемых мероприятий.

Методы исследований:

- интервью;
- SWOT-анализ для выявления слабых и сильных сторон организации, возможностей и угроз для нее;
- конкурентный анализ с помощью экспертного опроса для изучения сильных и слабых сторон основных конкурентов компании;
- сегментация рынка для изучения спроса и предложения на нем;
- анализ комплекса маркетинга 5 Р для глубинного изучения ключевых показателей предприятия ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов»;
- анализ документов компании.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ



Система деятельности на предприятии

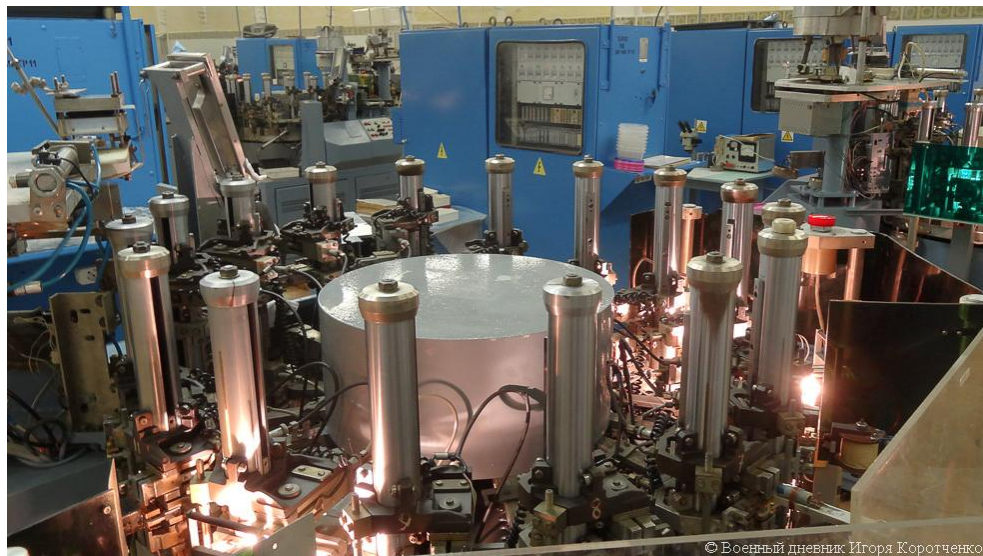


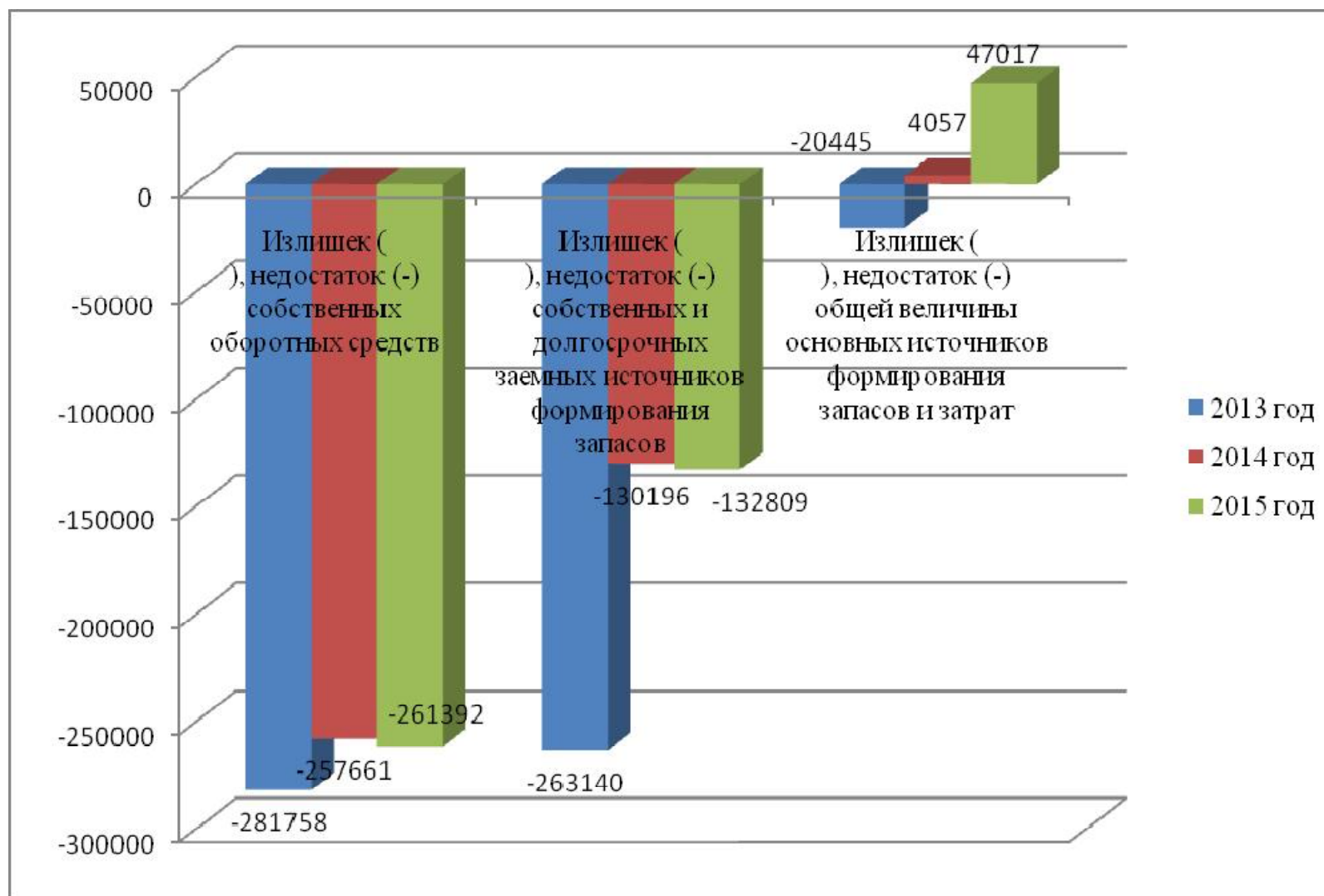
Компоненты организации

Состав микроокружения организации

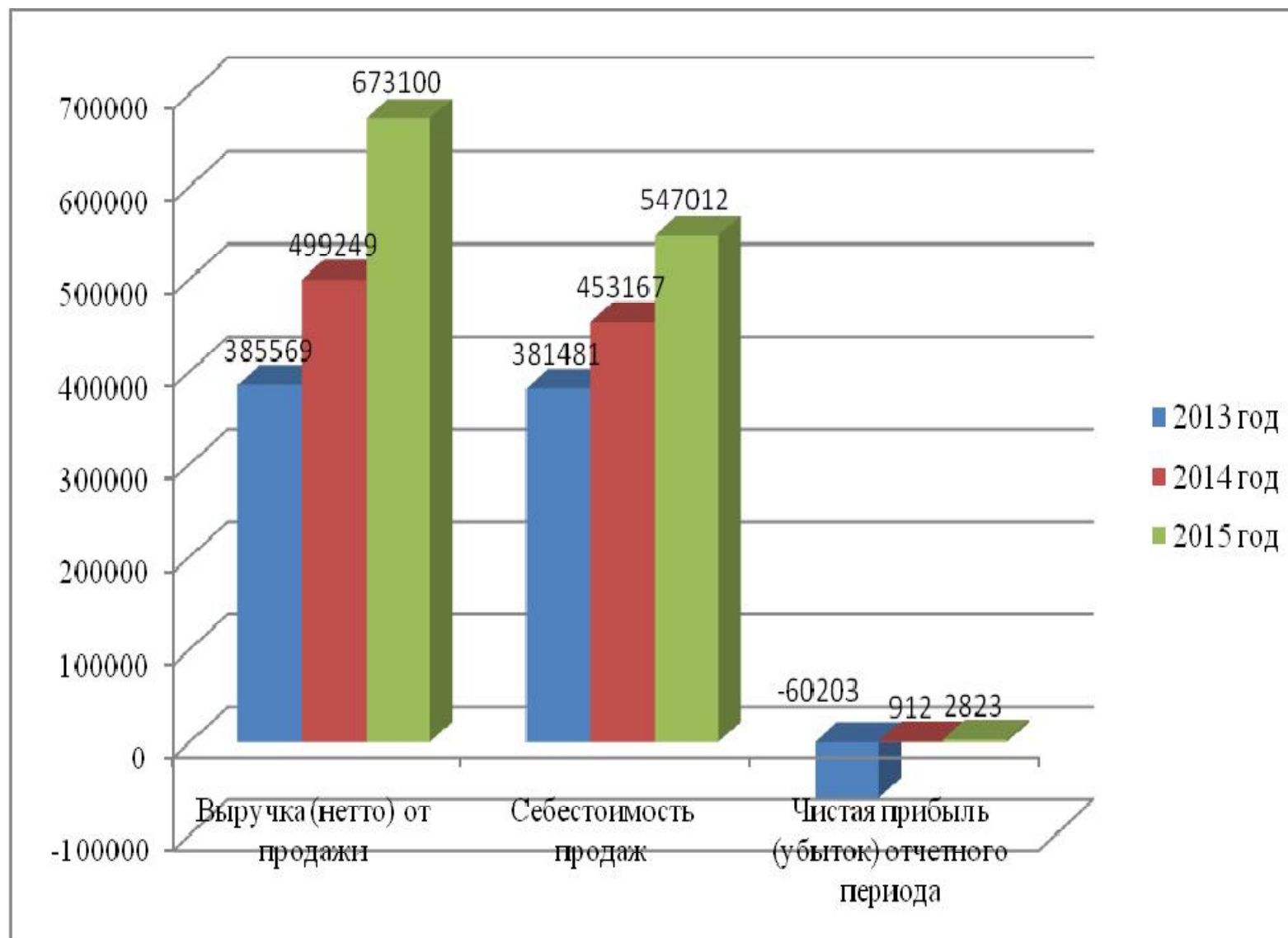


ИССЛЕДОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО «РЯЗАНСКИЙ ЗАВОД МЕТАЛЛОКЕРАМИЧЕСКИХ ПРИБОРОВ»

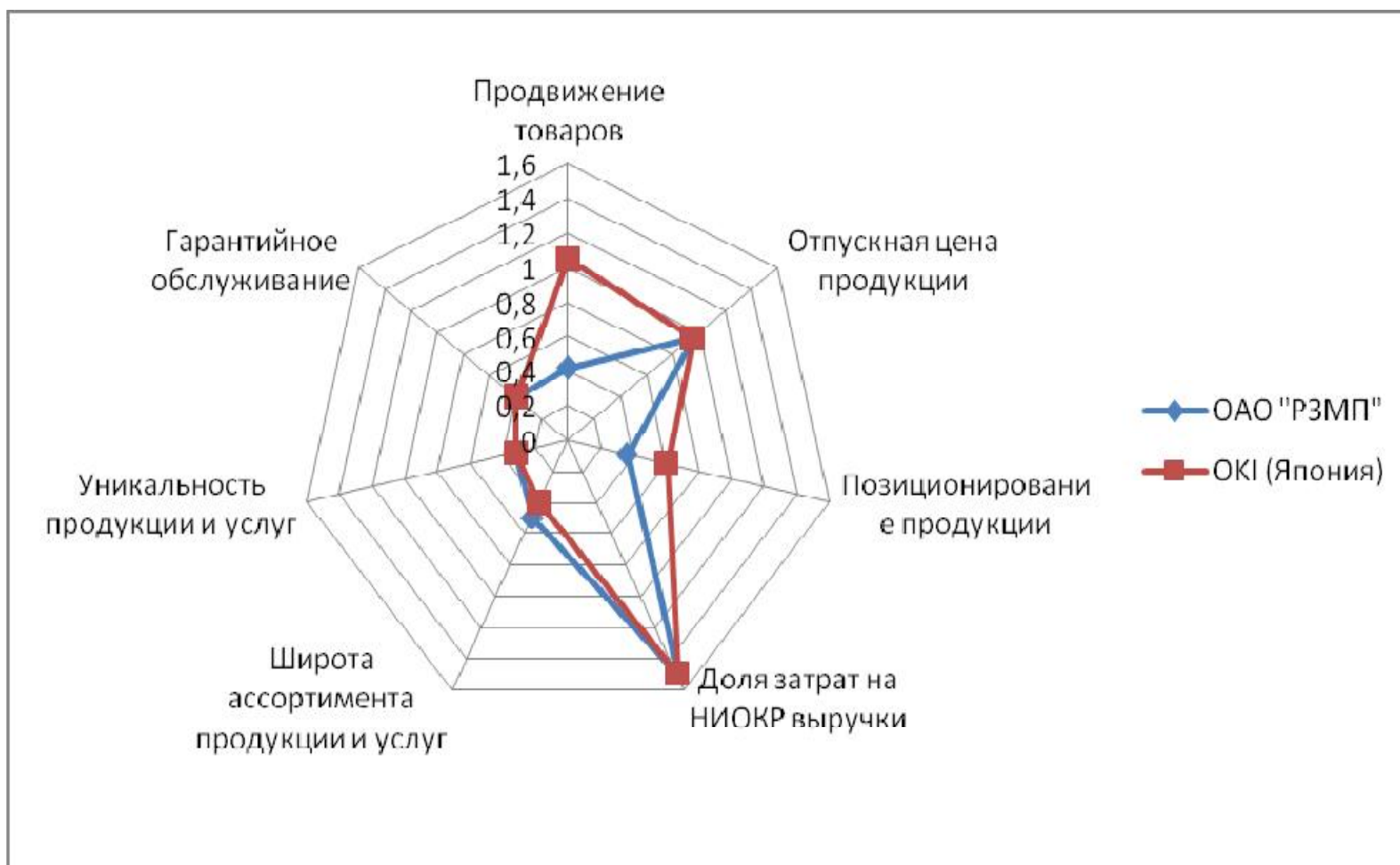




Показатели устойчивости ОАО «РЗМКП» в с 2013 года по 2015 год (тысяч рублей)



Соотношение выручки, себестоимости и чистой прибыли в предприятия ОАО «РЗМКП» в с 2013 года по 2015 год (тысяч рублей)

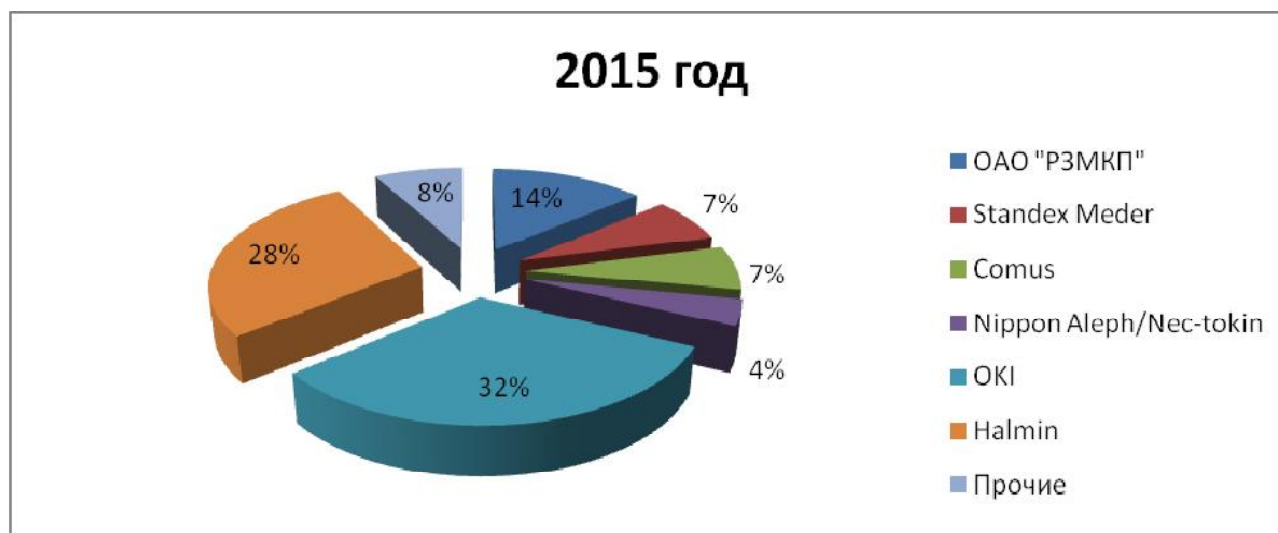


Конкурентный предприятия ОАО «РЗМКП»

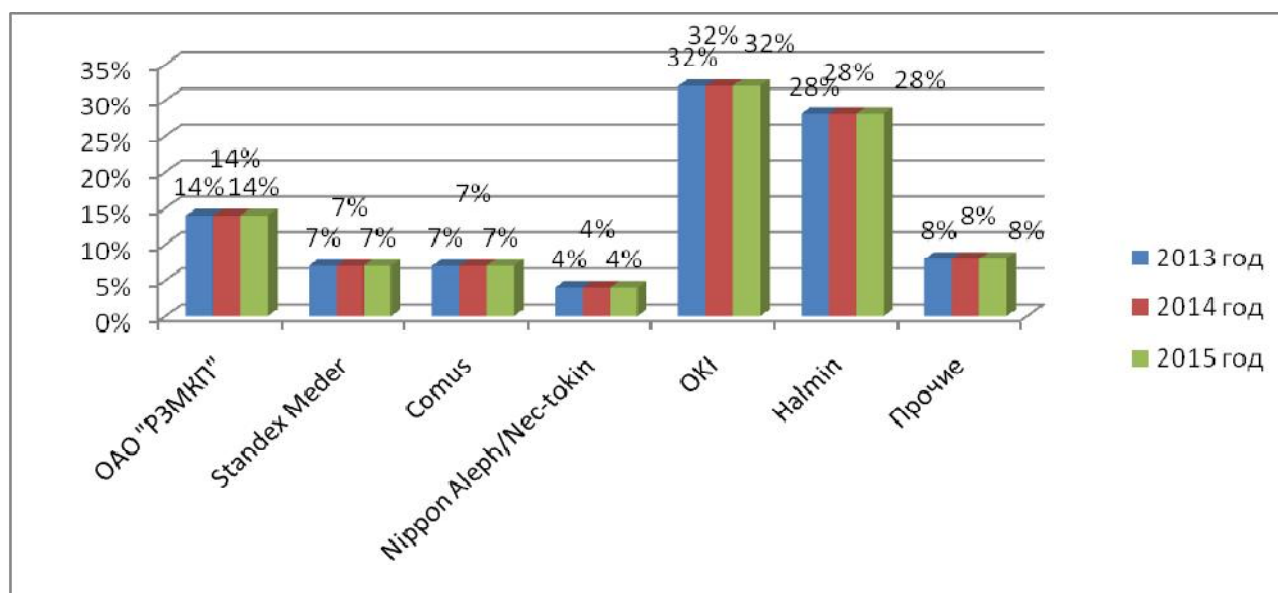
SWOT-анализ ОАО «РЗМКП»



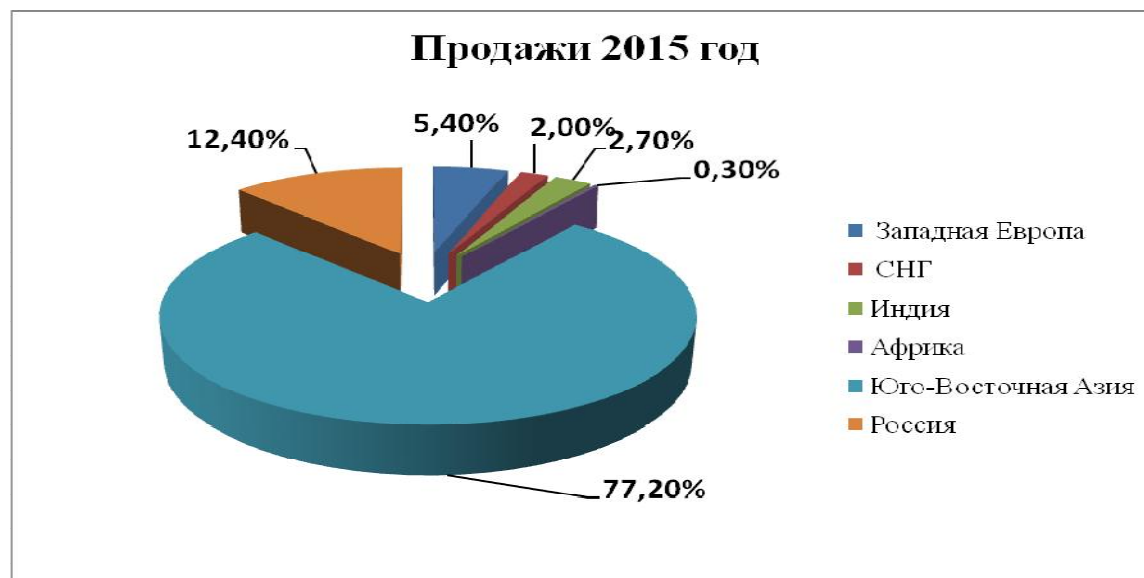
Сильные	Слабые стороны
• Высокое предлагаемых услуг; • Гибкая политика; • Соотношение цены и качества; • Четкое на (клиентская политика, на клиентском сегменте), существующей базы; • Позитивный на рынке, уровень рисков.	• Недостаточно организационная предприятия; • Недостаточно маркетинговые решения; • Слабая продвижения на рынок; • Отсутствие рекламы.
Возможности для развития	Угрозы
• Уникальная (герконы и на у предприятия); • Увеличение доли на рынке; • Использование современной интернет-рекламы продукции; • Заключение контрактов на материалов; • Внедрение в производства.	• Снижения на предприятия на и отечественном рынке; • Снижения продукции на рынке; • Снижения активности на сбыта предприятия; • Рост производства роста цен на и и валютных курсов; • Высокая конкурентов.



Предприятия, производящие герконы на рынке (по 2015 года)



Объем рынка ОАО «РЗМКП» за с 2013 года по 2015 год (%)



Доля сбыта в продаж за 2015 г.

Реализация продукции по направлению солнечной энергетике
на ОАО «РЗМКП» за 2013 – 2015 гг.

Наименование направления	Год					
	2013		2014		2015	
	шт.	тыс. руб. (без НДС)	шт.	тыс. руб. (без НДС)	шт.	тыс. руб. (без НДС)
Солнечная энергетика	1211	11755,0	271	2565,0	440	4219,2

Рекомендации по совершенствованию деятельности на ОАО «РЗМКП»



Проблема	Метод решения
1. Не оптимальность ассортимента	- Формирование эффективного ассортимента продукции
2. Слабо развитая рекламная политика	- Активизация рекламно-информационной деятельности
3. Невысокий темп роста продаж	- Увеличение доли рынка за счет: интернет-сайтов на китайском языке; участие в международных выставках; расширение дилерской сети в Юго-Восточной Азии

Исходные данные для порога до и внедрения предложенных мероприятий

Показатель	Базовый период		Прогнозируемый период	
	Сумма (тыс. руб.)	Доля к %	Сумма (тыс. руб.)	Доля к (%)
Выручка от продукции	673100	100,00	740410	100,00
Полная себестоимость	547012	81,27	597108,2	80,65
Постоянные (FC)	114804	17,06	116244	15,70
Переменные (VC)	432208	64,21	480864,2	64,95
Результат от после переменных (PP)	240892	35,79	259546	35,05
Прибыль (убыток) от продаж	126088	18,73	143302	19,35
Рентабельность продаж	18,73	-	19,35	-