

Слайд 1

Уважаемые члены аттестационной комиссии!

Тема моей выпускной квалификационной работы – **«Разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов»»**.

Актуальность темы обусловлена поиском решения проблем эффективного планирования и реализации маркетинговой деятельности в системе менеджмента современной организации и завоевание рынка, а также разработка качественно новых услуг, ориентированных на клиентов.

Слайд 2

Цель работы состоит в разработке мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности на предприятии ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов».

Основные задачи для достижения поставленной цели представлены на слайде.

Слайд 3

В первой главе работы рассмотрены теоретические основы организации маркетинговой деятельности на предприятии.

В частности изучены основные понятия, задачи и функции маркетинговой деятельности на предприятии; изучены подходы к маркетинговой предприятия в условиях нестабильной среды; определены инструменты деятельности .

Слайд 4

Во второй главе работы проведены исследования маркетинговой деятельности ОАО «Рязанский завод металлокерамических приборов», основным видом деятельности которого являются и производство видов техники, электротехники, а также частично товаров, для народного потребления.

Потребителями продукции завода предприятия радиотехнической, авиационной, автомобильной промышленности, средств и связи, ГУВО МВД РФ и другие.

ОАО «РЗМКП» является единственным в и СНГ магнитоуправляемых контактов, широко в различных обороны и вооружения.

Слайд 5

Состояние финансовой предприятия следует как нестабильное, поскольку денежные средства, ценные и задолженность ОАО «РЗМКП» не даже объемы его кредиторской задолженности и ссуд. платежного за рассматриваемый времени на обеспечивалось за счет задержки соответствующих по труда , по кредитам банка и обязательствам поставщиками.

Слайд 6

Анализ показателей доходности предприятия, динамики соотношения выручки, и прибыли, сделать следующие выводы: в периодов с 2013 года по 2015 год как рост доходов анализируемого ОАО «РЗМКП», так и рост расходов. Рост в 2014 году по к 2013 году 29,48 % при затрат равном 18,79%.

Слайд 7

рыночных предприятия в условиях внешней среды и в сравнении с основным конкурентом (ОКІ (Япония) показал, что для существенного повышения конкурентоспособности предприятие должно совершенствовать продвижения им продукции, улучшить профессионализм сотрудников, а повысить гарантийного обслуживания.

Слайд 8

Возможности предприятия состоят в производстве уникальной продукции, увеличении доли производства на мировом рынке, использовании современных видов рекламы, заключении долгосрочных договоров на поставку материалов, инновациях в технологии производства.

Угрозы при этом состоят в повышении требований к качеству продукции, снижении спроса как на отечественном, так и на мировом рынках, снижении активности на рынках сбыта, росте производства вследствие роста цен на и валютных курсов, высокой активности конкурентов.

Слайд 9

Анализ деятельности ОАО «РЗМКП» показал, что ОАО «РЗМКП» три года долю рынка на 14%. Емкость рынка герконов в 2014 года различными в 1100 - 1200 млн. штук в год. герконов в зрелости и в этот является слабо рынком (2-3 % в год). роста рынков имеют существенную разницу, динамично «недорогие» рынки, прежде всего в Юго-Восточной Азии, Восточной Европы, Индии, и Южной Америке.

Слайд 10

Анализ доли рынков в прямых ОАО "РЗМКП" за 2015 год показал, что Юго-Восточной Азии основную долю в поставках заводом ОАО «РЗМКП» герконов на рынок. необходимо существенный рост объемов продаж на Индии. По с 2013 объем герконов на рынок Индии на 258%. Продукция бизнес-направления и на герконов на удовлетворение потребности в сегментах: магнитоконтактных датчиков (извещателей) сигнализации на России; на рынке датчиков жидкости и для автомобилей, на ОАО «АвтоВАЗ». Перспективно развитие деятельности предприятия ОАО «РЗМКП» по бизнес-направление «Солнечная энергетика», так как это бизнес-направление в всего рассматриваемого периода (с 2013 года по 2015 год) развивалось.

Анализ маркетинговой 5 Р показал, что в изменяющегося и конъюнктуры, анализируемое довольно в с потребительскими запросами, т.к. продукции и должен быть востребован, актуален и инновационным. Это укрепить долю ОАО «РЗМКП» на рынке.

Ценовая ОАО «РЗМКП» зависит от продукции и , на их продвижение, от жизненного цикла.

Сбытовая ОАО «РЗМКП» зависит от выбора оптимальной доставки от к потребителю, ее воплощение, а послепродажное (гарантийное) обслуживание потребителей.

Продвижение услуг ОАО «РЗМКП» может быть активизировано благодаря участию в выставках, конференциях, личным продажам, использованию технических коммуникаций, рекламе в профильных журналах.

Слайд 11

Разработаны по развитию деятельности предприятия ОАО «РЗМКП».

1. Расширение доли в Юго-Восточной Азии.
 2. Формирование ассортимента продукции
 3. Активизация и информационной деятельности за счет на языке.
- Участие в и международной выставочной .

Для доказательства значимости мер, на совершенствование маркетинговой ОАО «РЗМКП», былоэкономическая эффективность мероприятий, свидетельствуют о положительных изменениях показателей анализируемого предприятия.

Таким образом, можно утверждать, что предприятия производства электронной техники, а электротехники стать и научиться без госдотаций. В этом сможет национальная импортозамещения, реализация открывает новые для сбыта, как на внутреннем, так и на рынке. В этой необходимо расширять деятельность, направленную на продукции субъектов отрасли производства техники, а электротехники.

Спасибо за внимание! Доклад окончен.