



Совершенствование системы маркетинга коммерческой организации (на примере "ООО Вектор-Транс")

Выполнил:

Андронов Андрей Сергеевич



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – на основе современных положений теории хозяйственного управления проанализировать эффективность системы маркетинга ООО «Вектор-Транс» и разработать рекомендации по ее совершенствованию.

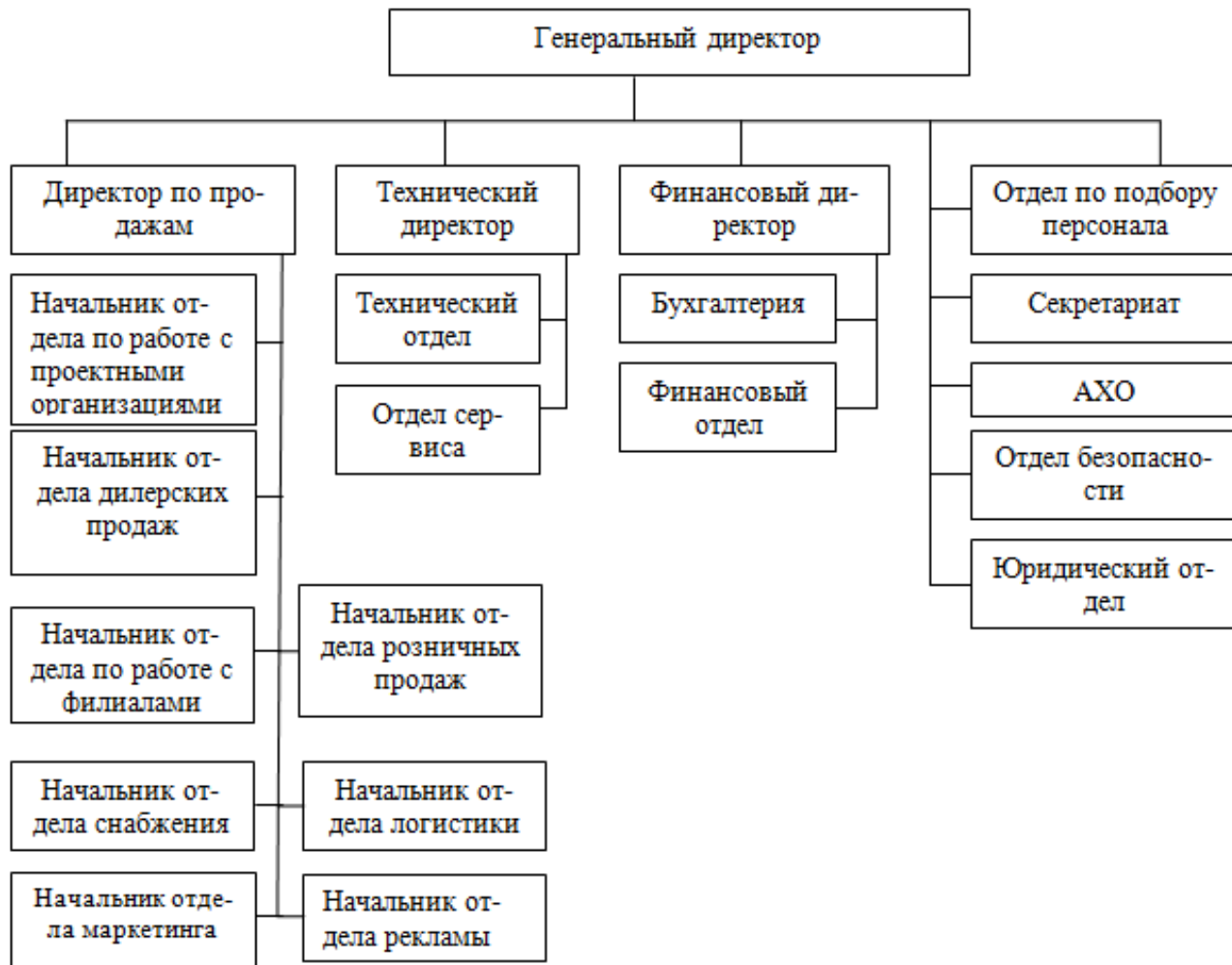
Задачи:

- рассмотреть сущность, структуру, функции системы маркетинга и ее роль в коммерческой организации;
- рассмотреть методы оценки эффективности системы маркетинга коммерческой организации;
- рассмотреть основные направления совершенствования маркетинговой деятельности коммерческой организации;
- дать краткую характеристику хозяйственной деятельности ООО «Вектор-Транс»;
- дать оценку эффективности системы маркетинга ООО «Вектор-Транс»;
- разработать рекомендации по совершенствованию системы маркетинга ООО «Вектор-Транс»;
- обосновать эффективность рекомендаций по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «Вектор-Транс».

Совершенствования использования концепции маркетинга



1. При работе на внутреннем рынке включить в состав комплекса маркетинга две составляющие: «philosophy» (корпоративная философия) и «process» (бизнес-процессы), что позволит сохранить удобную для запоминания форму и представить концепцию «marketing-mix» в виде комплекса «7P».
2. Выход на внешний рынок, а также усиление позиций на нем вызывает потребность в понимании механизмов поведения покупателей и посредников, действий конкурентов и государственных организаций, что становится возможным благодаря бенчмаркетингу. Соответственно организациям, работающим на экспорт целесообразно использовать данный инструмент в своей маркетинговой практике



Структура управления ООО «Вектор-Транс»

Основные экономические показатели деятельности ООО «Вектор-Транс» за 2013-2015 г.г.

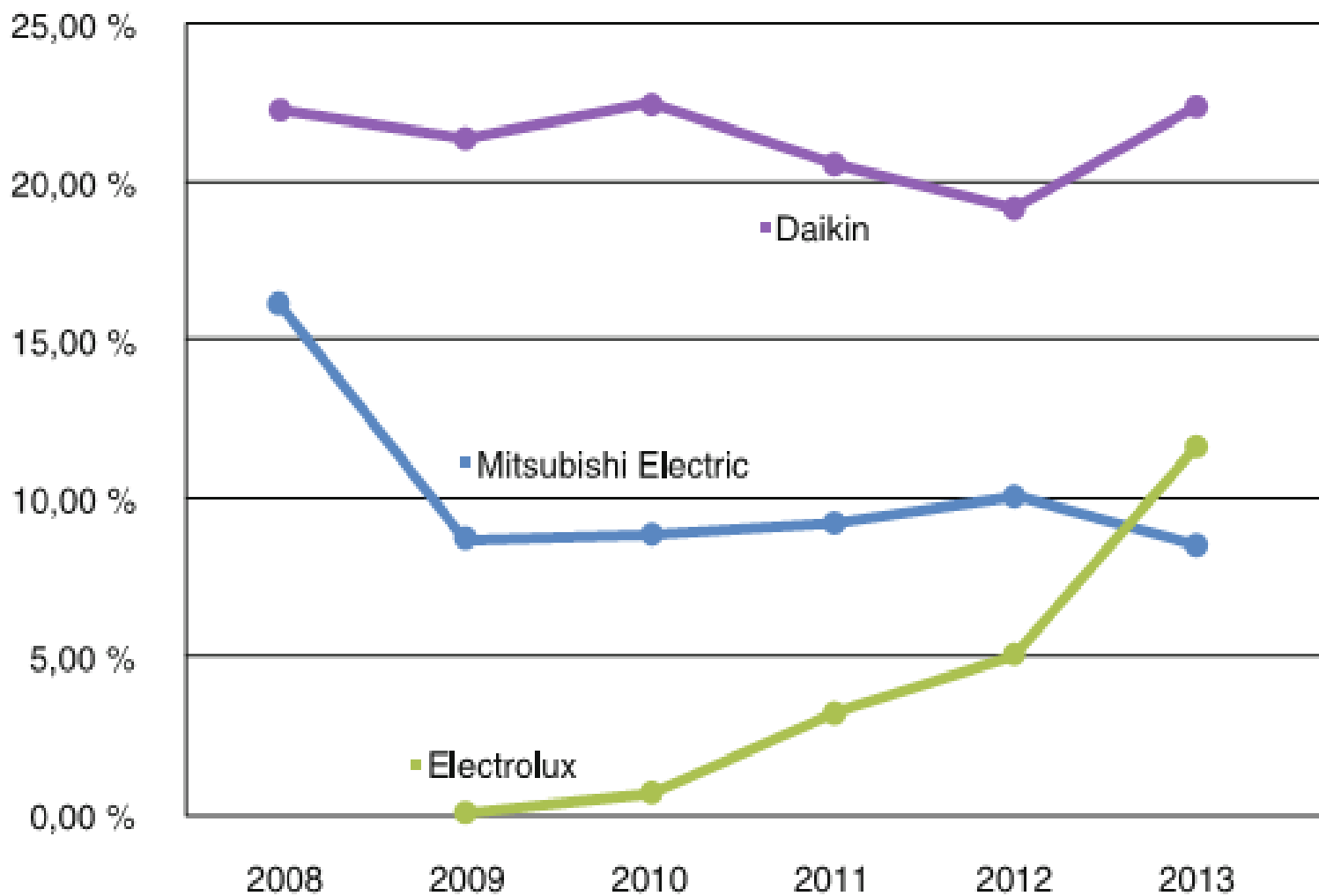
Показатели	Ед. изм.	2013г.	2014г.	2015г.	Изменения 2015г. к 2013г.	
					Абс-ные (+,-)	темп роста (%)
1. Выручка от реализации	тыс. руб.	1105518	1918432	2740413	+1634895	247,88
2. Себестоимость продаж	тыс. руб.	828467	1414385	2117573	+1289106	255,6
3. Прибыль от продаж	тыс. руб.	173138	230350	255268	+82130	147,44
4. Прибыль до налогообложения	тыс. руб.	165935	224853	251288	+85353	151,44
5. Чистая прибыль	тыс.руб.	132386	178623	204024	+71638	154,11
6. Рентабельность продаж(стр.3/стр.1)	%	15,66	12	9,31	-6,35	59,45
7.Рентабельность деятельности(стр.3/стр.2)	%	20,89	16,28	12,05	-8,84	57,68
8. Среднегодовая величина активов	тыс. руб.	233772,5	590798,5	939637,5	+705865	401,95
9.Среднесписочная численность	чел.	160	177	221	+61	138,13
10. Товарооборот на 1 работающего	тыс. руб./чел.	6909,5	10838,6	12400	+5490,5	179,46
11.Среднемесячная заработная плата на одного работника	руб.	38500	39101	44958	+6458	116,77

Динамика показателей рынка промышленного оборудования АНУ

Годы	Рынок млн. руб.	Рынок шт.	Прирост рынка (руб.) %	Прирост рынка (шт.) %	Продажи ООО «Вектор- Транс» млн. руб.	Продажи ООО «Вектор- Транс» (шт.)	Доля ООО «Вектор- Транс» (руб.)%	Доля ООО «Вектор- Транс» (шт.)%
2012	8 946	37 800	36,1%	31%	90,6	227	1,0%	0,6%
2013	10 863	45 000	21,4%	19,0%	207,4	610	1,9%	1,4%
2014	12 807	52 000	17,9%	15,6%	252,6	854	2,0%	1,6%
2015	14 477	57 720	13,0%	11,0%	313,7	1 196	2,2%	2,1%
2016	16 169	63 000	11,7%	9,1%	374,3	1 471	2,3%	2,3%
2017	18 315	69 900	13,3%	11,0%	444,7	1 801	2,4%	2,6%

Сегментация рынка по стране производства продукции

Наименование показателя	Ед.изм.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Доля российских производств	%	60%	61%	63%	65%	64%	65%
Доля европейских производств	%	40%	39%	37%	35%	34%	33%
Доля азиатских производств	%	0	0	0	0	2%	2%
Доля Других производств	%	0	0	0	0	0	0



Российский рынок полноразмерных VRF-систем



STEP-анализ ООО «Вектор-Транс»

Экономические факторы	Технологические факторы
-курс рубля по отношению к другим валютам (доллару, евро); -общий уровень экономического благополучия; -уровень жизни и уровень доходов населения.	-развитие конкурентных технологий; - влияние информационных технологий; - доступ к технологиям, лицензированию; -изменение и адаптация новых технологий.
Социальные факторы	Политические факторы
-модели поведения покупателей; - представления СМИ; -наличие рабочей силы по специальности; -отношение общественности.	- будущие изменения в законодательстве; - поддержка правительством конкурентов; -финансирование, гранты и инициативы.

Пути совершенствования системы стимулирования продаж ООО «Вектор-Транс»

№ п/п	Мероприятие	Ответственное лицо	Срок выполнения мероприятия
1 Определение направления решения выявленной проблемы отделом сбыта			
1.1	Выявление проблемы в управлении сбыта	Заместитель начальника сбытового управления	Июнь 2016 года
1.2	Внесение предложений	Руководители отдела продаж и реализации	Июнь 2016 Июль 2016
1.3	Оценка необходимых ресурсов для реализации программы	Ведущие специалисты	Июнь 2016 Июль 2016
1.4	Оценка идентификации риска программы	Руководители отдела продаж и реализации	Июнь 2016 Июль 2016
2 Анализ существующего рынка сбыта			
2.1	анализ существующих методов сбыта для анализируемых рынков	Специалист отдела продаж	Июль 2016 Октябрь 2016
2.2	анализ приоритетов потребителей товаров	Специалист отдела маркетинга	Ноябрь 2016 Февраль 2016
2.3	выявление новых методов сбыта для анализируемых рынков по средством анализа методов стимулирования продаж конкурентов	Специалист отдела продаж	Февраль 2017 Май 2017
3	Выявление новых рынков сбыта в связи применение новых методов стимулирования	Специалисты отдела продаж	Апрель 2017 Июнь 2017
4	Анализ экономической эффективности от предложенных мероприятий	Экономист	Июнь 2017 Июль 2017

Эффективность мероприятий по улучшению сбытовой деятельности ООО «Вектор-Транс»

Показатели	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Рm (выручка)		11,2	11,3 1	11,4 3	12,00	12,6 0	13,2 3	13,8 9	14,5 8	15,3 1	13,7 8	12,4 0	11,1 6
Зm (затраты)		1,76 5	1,76 5	1,76 5	1,765	1,76 5	1,76 5	1,76 5	1,76 5	1,76 6	1,76 6	1,76 6	1,76 6
Кm единовременные затраты	2,36												
Рm – Зm – прибыль от продаж		9	10	10	10	11	11	12	13	14	12	11	9



Совершенствование системы маркетинга коммерческой организации (на примере "ООО Вектор-Транс")

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!