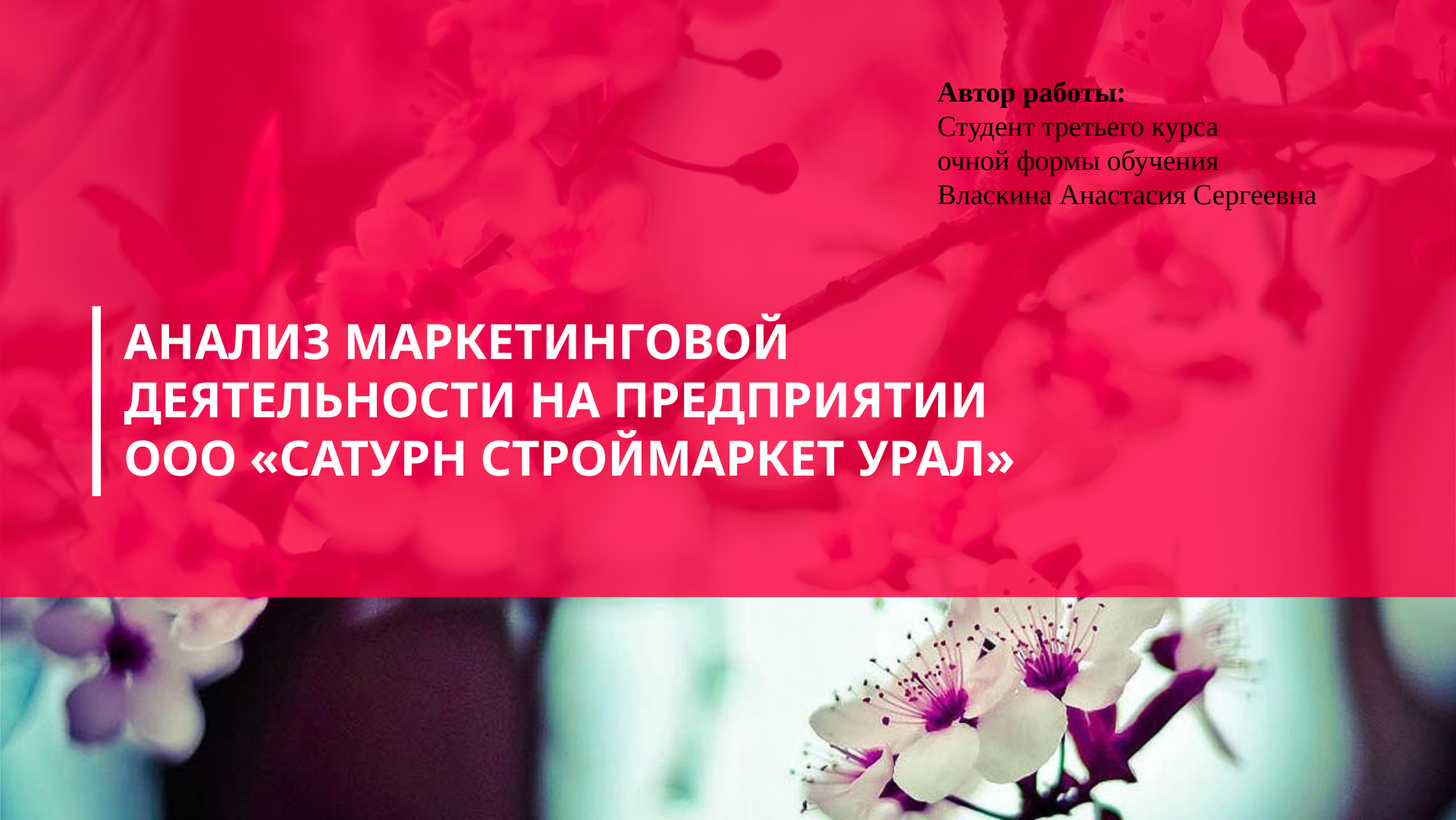




Автор работы:

Студент третьего курса
очной формы обучения

Власкина Анастасия Сергеевна

АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИИ ООО «САТУРН СТРОЙМАРКЕТ УРАЛ»

Введение

Целью работы является оценка эффективности маркетинговой деятельности конкретного предприятия на примере ООО «Сатурн Строймаркет Урал».

Объект исследования составил ООО «САТУРН УРАЛ».

Предмет исследования составило управление маркетингом в ООО «САТУРН УРАЛ».

Теоретическую основу исследования составили теоретические разработки зарубежных и отечественных маркетологов, специалистов в области управления маркетингом, а также ресурсы сети Интернет.

В качестве **методов исследования** были применены метод теоретического анализа и метод классификации и структуризации.

Для достижения цели был решен ряд **научно-исследовательских задач**, а именно:

1. отразить понятие и содержание маркетинга ;
2. определить особенность маркетинговой деятельности в современных условиях;
3. отразить опыт маркетинговой деятельности на зарубежных рынках;
4. отразить характеристику деятельности организации;
5. провести анализ внешней и внутренней среды организации;
6. предложить меры для решения выявленных проблем;
7. разработать проект маркетинговой деятельности ООО «САТУРН УРАЛ».



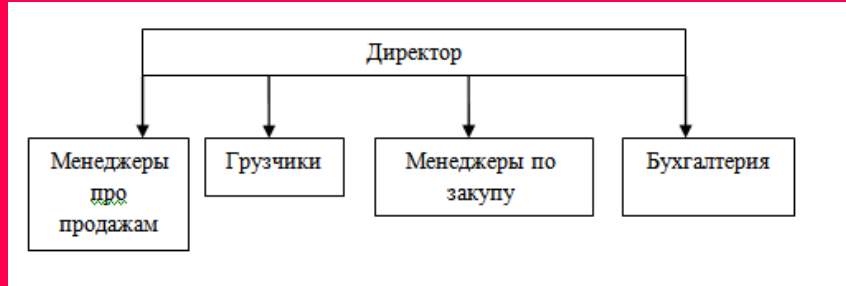
Маркетинг

представляет собой деятельность, набор институтов и процессов для формирования предложения, формирования и продвижения продукта (бренда), которые имеют определенную ценность для клиентов, потребителей, партнеров и общества в целом, а также как деятельность, по работе с поведением целевых аудиторий по отношению к организации продукта (услуги).

Особенностью маркетинговой деятельности в организации в современных условиях является отсутствие конкретных методик проведения маркетинговой стратегии организации, которая бы учитывала специфику отечественного рынка, а также интуитивный подход в продвижении и поддержании позиций поведения целевой аудитории по отношению к

Характеристика структуры предприятия:

“



К преимуществам данной структуры можно отнести:

1. Обеспечение соблюдения принципа единоначалия, что предполагает рациональную специализацию управленческих звеньев;
2. Освобождение главного линейного менеджера от глубокого анализа проблем;
3. Возможность привлечения консультантов и экспертов.

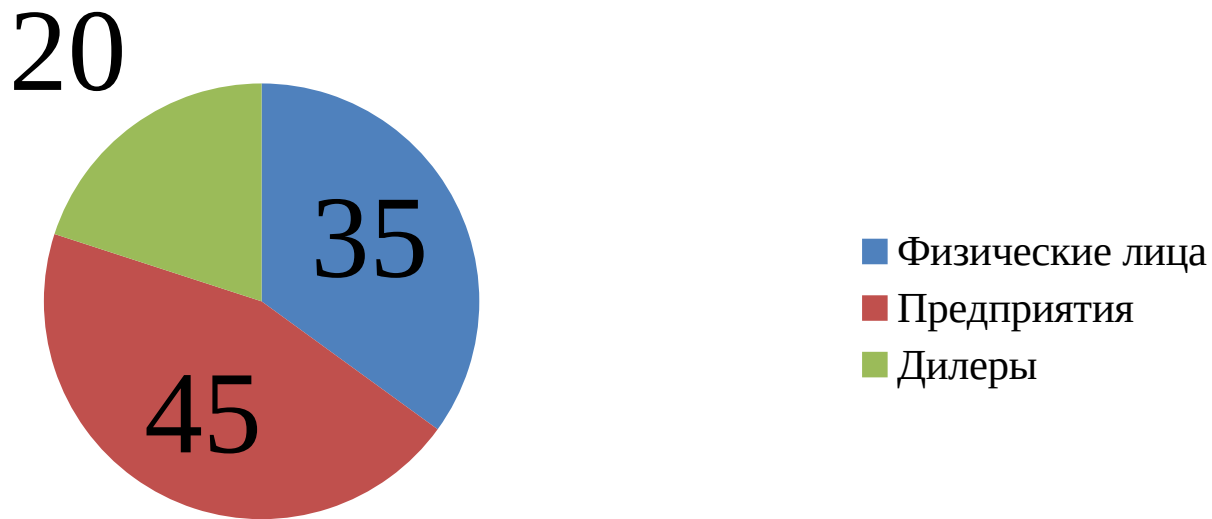
К недостаткам же можно отнести:

1. Отсутствие тесных взаимосвязей и взаимодействия на горизонтальном уровне между производственными отделениями.
2. Не эффективно распределенная ответственность, так как персонал, который готовит решение, не участвует в его реализации.
3. Недостаточно развитая система взаимодействия по вертикали, присутствует тенденция к централизации.

Анализ конкурентоспособности, в баллах

Показатели	ООО "Сатурн Строймаркет Урал"	«LEROYMER LIN»	Суперстрой	OBI
Репутация	4	5	3	4
Квалификация менеджеров	5	4	4	5
Качество обслуживания	5	5	4	3
Широта ассортимента	4	4	3	4
Активность рекламы	4	5	3	4
Использование интернета как средство рекламы	5	4	4	5

Клиенты организации, в %



SWAT-анализ предприятия

Стратегические позиции и характеристики	Качественная оценка		
	S	N	W
1. Общая (корпоративная) стратегия			X
2. Бизнес-стратегии по конкретным бизнесам			X
3. Организационная структура		X	
4. Финансы как общее финансовое положение	X		
5. Продукт и его конкурентоспособность	X		
6. Структура затрат		X	
7. Информационная технология		X	
8. Способность к реализации на рынке новых продуктов		X	
9. Способность к лидерству	X		
10. Уровень производства		X	
11. Уровень маркетинга		X	
12. Уровень менеджмента		X	
13. Качество персонала		X	
14. Репутация на рынке	X		
15. Отношение с органами власти		X	
16. Отношение с профсоюзом		X	
17. Инновации и исследования			X

SWAT-анализ в 2017 г.

	Возможности: Улучшение уровня жизни населения Развитие информационной отрасли Появление новых поставщиков Неудачное поведение конкурентов	Угрозы: Изменение покупательских предпочтений Сбой в поставках продукции усиление конкуренции Появление новых фирм на рынке
Сильные стороны: Отлаженная закупочная работа Широкий ассортимент продукции Индивидуальный подход к каждому потребителю Высокое качество товаров	"Сила и возможность" Выход на новые рынки Увеличение ассортимента Развитие рекламных технологий дадут возможность успеть за ростом рынка	"Сила и угрозы" Появление конкурентов вызовет дополнительные расходы ресурсов Своевременный мониторинг позволит отслеживать изменения вкусов потребителей
Слабые стороны: Низкие темпы роста товарооборота Недостаточная рекламная политика Текучесть кадров Недостаточная квалификация персонала Автоматизированная система управления предприятием не справляется с учетом и анализом возрастающего объема товаров	"Слабость и возможность" Необходима замена автоматизированной системы управления для реализации возможностей рынка - расширения ассортимента и появления новых клиентов	"Слабость и угрозы" Появление новых конкурентов, низкий уровень сервиса ухудшает конкурентную позицию - необходимы мероприятия по повышению профессионального уровня персонала

100

Стабильное развитие предприятия

Рекомендации

Внедрение личных продаж, что во многом усилит интеграцию с целевой аудиторией

Работа со связями с общественностью, что позволит сформировать и продвигать бренд организации в долгосрочной перспективе

Разработка маркетинговых кампаний в социальных медиа с целью расширения целевой аудитории и узнаваемости бренда

Спасибо за внимание!

