

ВУЗ

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
на тему:
«Разработка маркетинговой стратегии
предприятия
(на примере АО «Издательский дом «ТРИ
КОРОНЫ»»)

Выполнил:

Науч. руководитель:

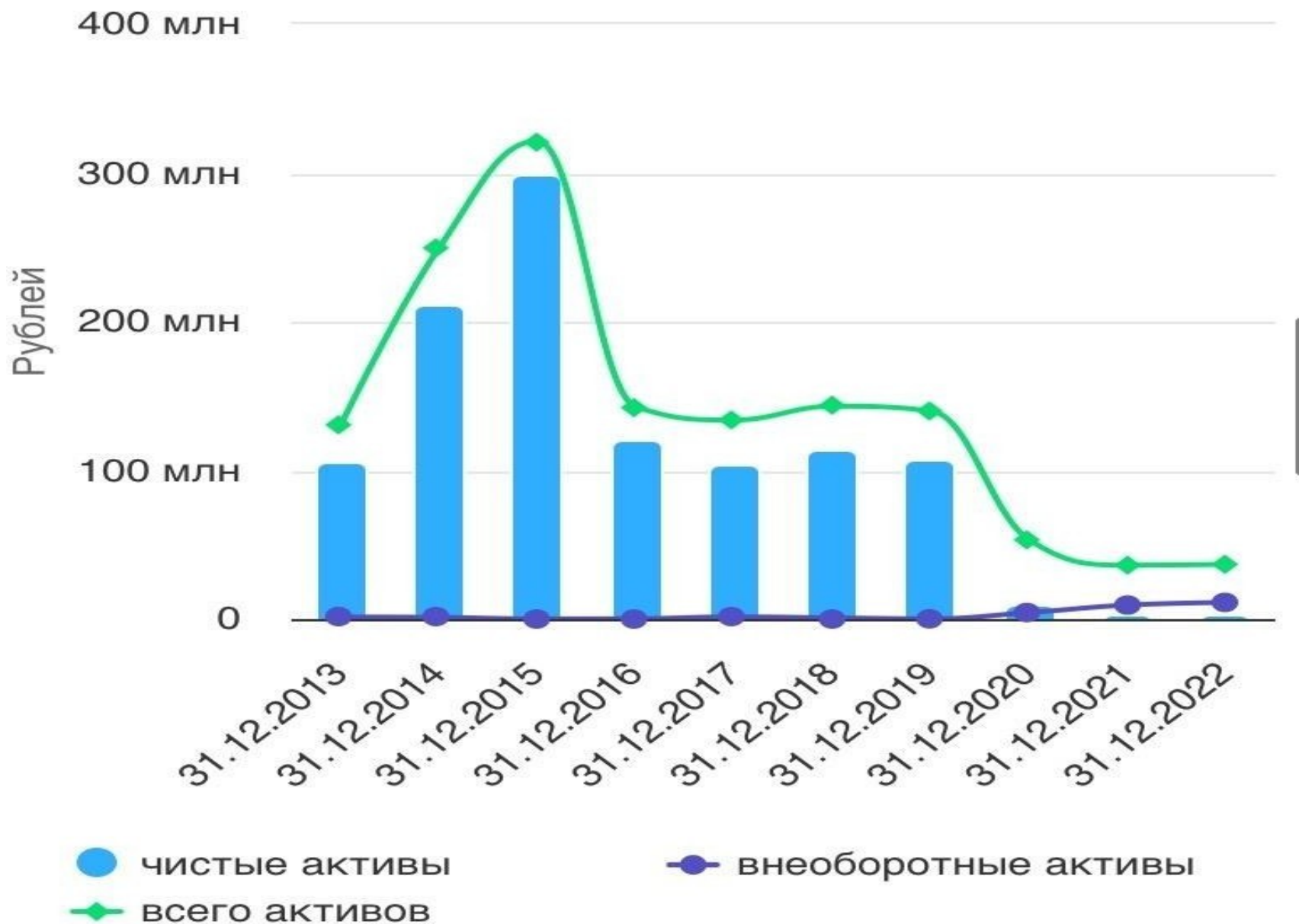
Цель и задачи

Цель исследования - разработка маркетинговой стратегии предприятия в современных социально-экономических условиях.

Для достижения цели исследования в работе поставлены и решены следующие **задачи**:

1. Обобщить и систематизировать теоретические разработки по проблеме формирования маркетинговой стратегии предприятия, выявить сущность и значение понятия «маркетинговая стратегия», определить виды, роль, этапы разработки и реализации маркетинговой стратегии предприятия в системе стратегического управления предприятием.
2. Оценить состояние деятельности АО «Издательский дом «Три короны» с учетом организационно-экономической характеристики и положения компании на газетно-издательском рынке.
3. Провести анализ маркетинговой деятельности АО «Издательский дом «Три короны» на основе PESTEL - и SWOT-анализа, экспертной оценки, социологических опросов клиентов, покупателей и персонала.
4. Определить комплекс мер по разработке маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» с учетом новой среды, новой миссии, развития позитивного имиджа и ESG-стратегий.
5. Обосновать эффективность комплекса мер по разработке маркетинговой стратегии АО «Издательский дом «Три короны» в зависимости от финансирования, размещения рекламы и содержательного наполнения.

Динамика показателей капитала



PESTEL — анализ внешней среды

Среда	Параметры	Описание
Политическая среда	Позиции государства на мировой арене	Построение многополярного мира. Пролонгированное санкционное давление на РФ, всего 18772 санкций.
	Политическое сотрудничество государства со странами	Разрыв отношений с ЕС, США. Укрепление отношений с Китаем, ШОС, БРИКС
Экономическая среда	Динамика ВВП, экспертные прогнозы	ВВП РФ в 2022 году сократился на 2,1%, ожидается рост 0,5 — 1,3%
	Общая характеристика экономической ситуации в стране, отрасли	В октябре 2023 г. ВВП превысил уровень прошлого года на +5,0% г/г, а уровень двухлетней давности – на +1,8%. Средняя зарплата в 2022 году по РФ — 65,3 тыс. руб., в СПб ср. номинальная- 86,6 тыс. руб., в издательской сфере 57,3 тыс.
Социальная сфера	Демографические изменения	Население РФ В 2023 г. 146447424 чел., за 2022 год население сократилось на 555 тыс. чел, за 2023 г. - на 192,4 тыс. чел.
	Тенденции развития рынка труда	Уровень безработицы в 2023 г. составил 3,6%, за год вырос объем вакансий в 1,5 раза. В сфере книгоиздания число вакансий выросло на 16%.
Научно-технологическая среда	Государственная технологическая политика в отрасли.	В ГИИ ВОИС Россия находится на 51 месте. Уровень наукоемкости в 2021 г. составил 6%.
	Государственные и другие расходы на науку и технологии.	Расходы на науку в 2022 году - 631,7 млрд руб., по плану в 2023 г. 705,9 млрд.руб.
Экологическая	Состояние окружающей среды и направления изменений.	В России экологически неблагополучными являются 15% территории. Экономические потери и ущерб, обусловленные загрязнением окружающей среды и ухудшением качества природных ресурсов, ежегодно достигают 4–6% ВВП, с учётом последствий для здоровья людей — 10–15% ВВП.
Правовая	Ожидаемые изменения законодательства РФ, нормативных правовых актов.	Конституция РФ, Гражданский кодекс РФ, Закон РФ от 27.12.1991 № 2124-1 «О средствах массовой информации», Федеральный закон от 29.12.1994 № 77-ФЗ «Об обязательном экземпляре документов»
	Государственное влияние в отрасли, включая долю государственной собственности.	Государственными в РФ являются 23 газеты. Чечня — из 38 зарегистрированных СМИ 28 (или 73,68%) учреждены административными структурами. Кабардино-Балкария (67,86%),

SWOT – анализ

СИЛЬНЫЕ стороны	СЛАБЫЕ стороны
Известность и репутация издательства	Ограничения в инвестировании, высокий уровень закредитованности
Большой опыт работы и позиционирования на рынке	Недостаточный уровень клиентского сервиса
Квалифицированный и опытный персонал (журналисты, редакторы, верстальщики, корректоры)	Средняя и сокращающаяся позиция в доле рынка
Высокий уровень организации труда и управленческого учета	Отсутствие системы стратегического планирования
ВОЗМОЖНОСТИ	УГРОЗЫ
Повышение уровня гражданской активности населения и спроса на оперативную и достоверную информацию	Растущая конкуренция между издательствами, между печатными и интернет-изданиями
Изменение общественных стереотипов по отношению к политике, информации, маркетингу и рекламе	Геополитическая энтропия и волатильность рубля
Цифровизация бизнеса, финансовая, информационная и маркетинговая грамотность населения	Снижение реальных доходов населения
Структуральная перестройка экономики, активизация малого бизнеса	Рост цен на целлюлозу, на ресурсы, технологии, логистику
Государственная поддержка бизнеса	Высокий уровень инфляции

Результаты опроса клиентов

Вопросы	Ответы		
	Да	Нет	Не могу ответить
Нравится Вам выпускаемая газета?	40	30	30
Если мы бы в настоящее время запустили новый продукт на рынке, с какой вероятностью Вы бы пользовались им охотнее, чем существующими подобными издательскими конкурентов?	45	35	20
Насколько важны для Вас доступность и комфорт при выборе между аналогичными издательскими услугами?	50	30	20
Считаете ли вы компанию хорошо известной на газетно-издательском рынке?	50	33	17
Можно ли утверждать, что уровень обслуживания клиентов в компании хороший?	45	20	35

Разработка миссии и стратегий маркетинга

Параметры	АО «Издательский дом «ТРИ КОРОНЫ»	Газета Метро
Миссия	Настойчиво и регулярно оказывать качественные услуги и помогать бизнесу и клиентам, гражданам и компаниям достигать целей в информационно- издательском деле	Стать первыми в регионе по активному распространению информации, по регулярности связей с читателями, качеству статей, достоверности и полезности сведений.
Цели развития:	Сохранить бизнес	Увеличить тираж
	Укрепить позиции на газетно-издательском рынке	Повысить качество публикаций
	Повысить уровень финансирования, привлечь инвестиции	Привлечь активных и творческих журналистов
	Расширить территориальный охват читателей и клиентов	Постоянно искать новые темы
Стратегии маркетинга:	Диверсификация: реформа маркетинг-менеджмента, оптимизация структуры издательской продукции, параллельное издание платной и бесплатной газет	Ревалоризация (переоценка) маркетингового потенциала газеты
	Концентрация усилий на печатном продукте и качестве публикуемого материала	Развитие сайта и SMM
	Интегрированное развитие печатного и сетевого издания, оказание прямых и сопряженных издательских и консалтинговых услуг	Конвергентная стратегия

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!