

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное
учреждение высшего образования
САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО

Кафедра менеджмента и маркетинга

**УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «Элвис Премиум»)**

АВТОРЕФЕРАТ

студентки 5 курса 571 группы
направления 38.03.02 «Менеджмент»
экономического факультета
Кондаковой Анастасии Алексеевны

Научный руководитель
д.э.н., профессор

подпись, дата

Пчелинцева И.Н.
инициалы, фамилия

Зав. кафедрой
к.э.н., доцент

подпись, дата

Дорофеева Л.И.
инициалы, фамилия

Саратов 2020

ВВЕДЕНИЕ

Маркетинг - это выживание фирмы в конкурентной среде. Без него предприятие не может существовать, даже если его руководство предполагает, что маркетингом не занимается. Этой проблемой озабочены все бизнесмены. Используя аналогию, можно сказать, что маркетинг - это "внешняя политика" фирмы, а финансы - ее "внутренняя политика".

Маркетинг как концепция управления разработкой, производством и реализацией востребованных обществом товаров и услуг несет в себе системный подход к решению проблем получения максимального эффекта для продуцента и потребителя от продажи результатов труда с минимальными коммерческими рисками и является в этом качестве определенным источником поступления платежных средств, в том числе и валюты, в скудные пока фонды наших предприятий.

Тема управления маркетинговой деятельностью актуальна в настоящее время. Руководители предприятий вынуждены принимать хозяйственные решения в условиях неопределенности последствий таких решений, причем порой не столько из-за несовершенства хозяйственного механизма и противоречивости законодательства, регулирующего функционирование этого механизма, сколько из-за недостатка экономических, коммерческих знаний и практического опыта работы в новых условиях.

В работе рассмотрены теоретические аспекты маркетинговой деятельности, проведен анализ внешней и внутренней среды в автосалоне, разработаны мероприятия по информатизации и размещение рекламы.

Анализ вышеописанных вопросов изучен с помощью литературы по маркетингу, менеджменту, а также логистике. Проблемы маркетингового исследования рассматриваются в трудах классика маркетинга — Филиппа Котлера, французского ученого Фернана Букереля, американского специалиста Питера Диксона и многих других зарубежных ученых. Много внимания уделено проблемам маркетинга в базовых учебниках под редакцией Н.Д. Эриашвили. Вопросам процесса формирования

маркетинговой среды в России была посвящена работа А.А. Бравермана. Наиболее полная и интересная монография по проблемам маркетинга принадлежит отечественному маркетинговому специалисту А.П. Панкрухину.

Объектом выпускной квалификационной работы является ООО «Элвис Премиум».

Предметом исследования данной работы является маркетинговая деятельность организации.

Целью работы является разработка рекомендаций по повышению эффективности маркетинговой деятельности ООО «Элвис Премиум».

Для достижения поставленной цели работы был определен ряд задач таких как:

- изучить сущность и значение маркетинга на предприятии;
- исследовать организацию комплекса маркетинга на предприятии;
- провести анализ общей характеристики деятельности ООО «Элвис Премиум»
- исследовать особенности деятельности ООО «Элвис Премиум» в области маркетинга
- разработать рекомендации по модернизации организационной структуры управления маркетингом ООО «Элвис Премиум»
- рекомендовать совершенствование коммуникативной политики ООО «Элвис Премиум»

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Маркетинг представляет собой вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена. В основе маркетинга лежит идея человеческих нужд. Нужды людей многообразны и сложны. Они не формируются усилиями рекламных агентств, а исходят от природы человека. Если нужда человека не удовлетворена, то он чувствует себя обездоленным и несчастным. Неудовлетворенный человек сделает одно из двух: либо займется поисками объекта, способного удовлетворить нужду, либо попытается заглушить ее.

Вторая исходная идея маркетинга – идея человеческих потребностей.

Изучив различные подходы к понятию маркетинга, можно сказать, что большинство определений данного понятия не противоречат друг другу, а, наоборот, дополняют или уточняют его. Автор поддерживает точку зрения Коржовой Е.Е. в том, что «маркетинг – это ведущее направление управленческой деятельности, включающее изучение, анализ, планирование и контроль за выполнением программ по изучению потребительского спроса и созданию оперативного управления производством для реализации продукции и стоимостей, которые максимально удовлетворяют требования потребителей и производителей».¹

Осуществление маркетинговой деятельности на предприятии представляет собой, с одной стороны, тщательное и всестороннее изучение рынка, спроса, вкусов и потребностей, ориентация производства на эти требования, адресность выпускаемой продукции, а с другой стороны – активное воздействие на рынок и существующий спрос, на формирование потребностей и покупательских предпочтений.

Главное в маркетинге - целевая ориентация и комплексность, т. е. соединение предпринимательской, хозяйственной, производственной и сбытовой деятельности, когда маркетинг используется как система. Для решения этих составляющих - комплексности и целевой направленности, необходимо определить и придать логическую направленность функциям маркетинга, являющим собой содержание маркетинговой деятельности.

Структурно функции маркетинга вместе с подфункциями можно представить следующим образом (рисунок 1).

Современная рыночная конъюнктура не позволяет фирмам и предприятиям прекращать держать «руку на пульсе» покупателя (потребителя). Маркетинг требует гораздо большего, чем просто создать

¹ Коржова Елена Евгеньевна Маркетинг предприятия // Челябинский гуманитарий. 2016. №2 (8). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-predpriyatiya> (дата обращения: 29.04.2019).

хороший товар (услугу), назначить на него (нее) привлекательную цену и обеспечить его (ее) доступность для целевых покупателей.

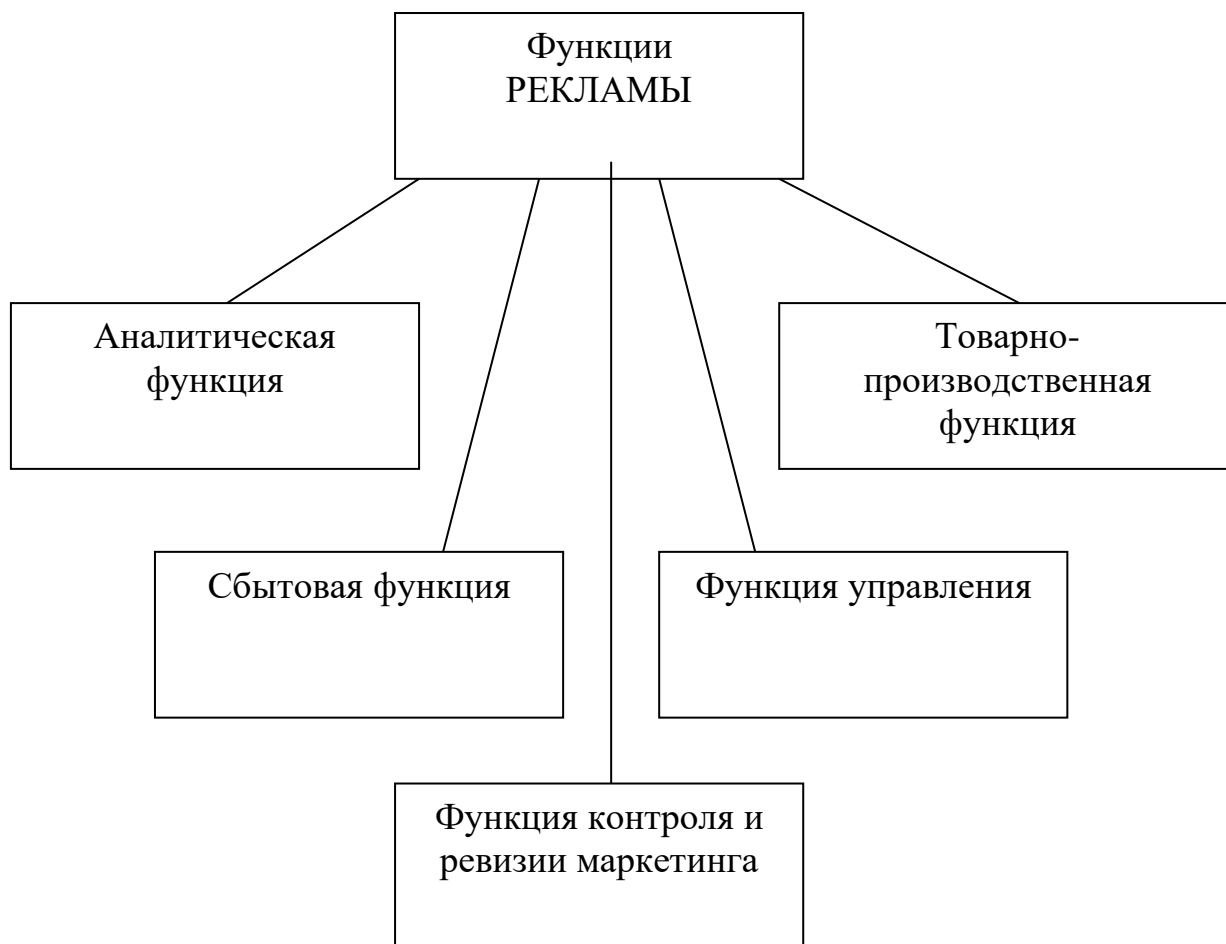


Рисунок 1 – Функции рекламы на предприятии

В целом в рекламной деятельности имеются три главные группы действий:

- информирование (сообщение о том, что продукт существует и каковы его качества),
- убеждение (вызов благоприятных эмоций, формирование позиции признания товара, переключение решений потребителя на его покупку),
- поддержание лояльности (закрепление существующих потребителей как главного источника будущих продаж).²

² Котлер Ф. Маркетинг менеджмент под.ред. Волковой Ю.Н. – СПб: Питер, 2016. – 49 с.

Современный маркетинг требует гораздо большего, чем просто создать хороший товар, назначить на него привлекательную цену и обеспечить его доступность для целевых потребителей. Фирмы должны еще осуществлять коммуникацию со своими заказчиками. Комплекс мероприятий, позволяющих успешно проводить подобные мероприятия называется товародвижением. Мерой эффективности системы товародвижения служит отношение затрат фирмы к ее результатам. Основным результатом, который достигается в системе товародвижения, - это уровень обслуживания потребителей.

Наилучшему установлению коммуникаций содействует «Паблик рилейшнз» - система формирования взаимопонимания и доброжелательности между личностью, организацией и другими людьми, группами лиц, группами людей и обществом в целом посредством распространения разъяснительного материала, развития обмена (информацией) и оценки общественной реакции.

Служба маркетинга в рыночных условиях — это то важнейшее звено в управлении предприятием, которое совместно с производственной, финансовой, торгово-сбытовой, технологической, кадровой и другими видами деятельности создает единый интегрированный процесс, направленный на удовлетворение запросов рынка и получения на этой основе прибыли.

Комплекс маркетинговых коммуникаций (называемый также комплексом стимулирования) состоит из следующих основных средств воздействия: реклама, стимулирование сбыта, работа маркетингового отдела.

Компания «Элвис Премиум» относится к отрасли торговли автомобилями, юридическая форма собственности – общество с ограниченной ответственностью. Целью создания ООО «Элвис Премиум» является более полное насыщение рынка иностранными автомобилями и услугами для удовлетворения потребностей организаций и физических лиц, а также создания дополнительных рабочих мест и получения дополнительной прибыли.

Автосалон «Элвис Премиум» предлагает автомобили всего модельного ряда Hyundai и полный комплекс работ по их сервисному обслуживанию. Автосалон компании «Элвис Премиум» располагается по адресу: Саратов, ул. Чернышевского 177/181. Общая численность сотрудников ООО «Элвис Премиум» составляет 80 человек. На предприятии ООО «Элвис Премиум» линейно-функциональная организационная структура

Проведенный PEST-анализ внешней среды организации показал, что те явления, процессы и институты среды, с которыми предприятие непосредственно взаимодействует, находится под их влиянием или сама может оказывать влияние на них.

Освоенная часть рынка, с учетом объемов реализации продукции конкурентов (ООО «Автодина - Саратов», ООО «Авангард Авто», ООО «Автомир - Саратов») на рынке, составляет примерно 420 шт.

С помощью бальной оценки и влияние отдельных факторов на структуру и масштабы конкуренции на рынке установлено, что высокая концентрация потребителей могут существенно уменьшить прибыль, получаемую отраслью. Влияние потребителей на ООО «Элвис Премиум» очень велико, т.к. продукцию и услуги, которые оно реализует и оказывает, могут реализовывать и оказывать конкуренты по ценам ниже нашей. Следовательно, при борьбе за потребителя компания теряет потенциальную прибыль по некоторым ассортиментным позициям, но по всем остальным – фирма получает доход. Тем самым мы отрываем потребителя от конкурентов, удовлетворяя его потребности в продукции нашего предприятия, получая при этом прибыль.

Процесс сбыта продукции на предприятии начинается с размещения рекламы в газетах, на радио и экранах телевизора, Интернете. Канал сбыта ООО «Элвис Премиум» - прямые продажи (по Саратову и области).

ООО «Элвис Премиум» является крупной организацией и работает на рынке достаточно долго. Существуют следующие основные конкуренты:

1. ООО «Автодина - Саратов» (г. Саратов);

2. ООО «Авангард Авто» (г. Саратов);
3. ООО «Автомир - Саратов» (г. Саратов).

Предприятие ООО «Элвис Премиум» занимает самую большую долю рынка на рынке сбыта по продаже автомобилей Hyundai.

Определение крупного покупателя по правилу Парето выявило, что самыми основными покупателями продукции ООО «Элвис Премиум» являются физические лица.

EFAS-анализ установил, что ООО «Элвис Премиум» готово к изменениям внешней среды на 3, 95 балла.

Основными конкурентными преимуществами ООО «Элвис Премиум» являются: наличие представительства в г. Саратове, гибкая ценовая политика, система контроля розничных цен, доверительные отношения с поставщиками, имеются постоянные клиенты.

На основе проведенного SWOT анализа сделан вывод, что организация является на данный момент наиболее инвестиционно привлекательной и высокорентабельной.

Таким образом, анализ маркетинговой деятельности ООО «Элвис Премиум» показал, что основным видом деятельности организации является реализация, и предоставление сервиса и постгарантийного обслуживания автомобилей. Общество является коммерческой организацией, юридическим лицом. Процесс сбыта продукции на предприятии начинается с размещения рекламы в газетах, на радио и экранах телевизора, Интернете. К основным конкурентными преимуществами относятся гибкая ценовая политика, система контроля розничных цен, доверительные отношения с поставщиками, имеются постоянные клиенты.

Организация является на данный момент наиболее инвестиционно привлекательной и высокорентабельной

Стимулирование сбыта продукции проводится с помощью акций и за счет работы персонала. В настоящее время для ООО «Элвис Премиум»

необходимо проведение рекламной кампании что приведет к повышению узнаваемости фирмы и увеличению объема продаж.

В целях совершенствования маркетинговой деятельности ООО «Элвис Премиум» предложено:

- Модернизация организационной структуры управления ООО «Элвис Премиум» (создание нового подразделения - отдела маркетинга)
- Совершенствование коммуникативной политики ООО «Элвис Премиум» (продолжение рекламной кампании).

При внедрении отдела маркетинга необходимо взять на работу сотрудников, которые будут заниматься маркетинговой деятельностью предприятия. В отделе маркетинга будет задействовано два человека: начальник отдела (ведущий специалист в области маркетинга) и специалист в области рекламы. Отдел будет подчиняться непосредственно генеральному директору.

Результатом внедрения отдела маркетинга в организации станет увеличение выручки от реализации услуг ООО «Элвис Премиум» на 10% (данные предоставлены руководством ООО «Элвис Премиум»).

Из проведенных расчетов видно, что выручка ООО «Элвис Премиум» после внедрения отдела маркетинга увеличится на 10 % т.е. изменение выручки после реализации проекта в 2018 г. составит 1 200 000 рублей, что приведёт к развитию организации.

Совершенствование коммуникативной политики ООО «ЭЛВИС ПРЕМИУМ» предполагает:

1 Размещение рекламы на радио

Учитывая опыт конкурентов (ООО «Алерон», ООО «Мега Моторс») , реклама проведенная на радио, приводит к увеличению объема реализации на 1,5 % .

2. Внедрение локальной компьютерной сети

По данным, российской статистики, предприятия, внедрившие системы электронного документооборота, имеют улучшение следующих показателей:

- увеличение производительности труда служащих на 35%;
- сокращение времени обработки документа на 65%;
- уменьшение расходов на оплату площади хранения документов на 80%

Внедрение системы электронного документооборота позволяет сократить потерю рабочего времени, отпадет необходимость задерживаться после работы и выходить в выходные дни чтобы доделать свою работу. Можно будет произвести сокращение численности служащих на 20 %. Произойдет экономия на фонде оплаты труда служащих

Реализации проекта по совершенствованию коммуникативной политики в ООО «Элвис Премиум» показывает высокие результаты его эффективности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной работе рассматривались теоретические и практические аспекты совершенствования методов продвижения товара в автомобильном бизнесе, а также был предложен проект мероприятий по повышению эффективности на примере ООО «Элвис Премиум».

Основным критерием успешной деятельности на рынке, как известно, является прибыль. Она заложена в идеологии ведения бизнеса и основная роль в достижении этого соответствия принадлежит маркетингу. Сочетание интересов не только предпринимательства и потребителей, а также общества в целом лежит в основе современной концепции маркетинга.

Основной принцип маркетинга состоит в том, что предприятие, находящееся в рыночной экономике, может обеспечить себе долгосрочное существование и нормальные прибыли только при условии эффективного удовлетворения интересов, потребностей и спроса своих клиентов и потребителей. Производство товаров может быть рациональным только при условии, если в него заложен принцип ориентации на покупателя.

В аналитической части проведен подробный анализ предприятия ООО «Элвис Премиум». Были выявлены сильные и слабые стороны предприятия, оценены возможности и угрозы.

Анализ особенностей анализ маркетинговой деятельности ООО «Элвис Премиум» показал, что основным видом деятельности организации является реализация, и предоставление сервиса и постгарантийного обслуживания автомобилей. Общество является коммерческой организацией, юридическим лицом. Процесс сбыта продукции на предприятии начинается с размещения рекламы в газетах, на радио и экранах телевизора, Интернете. К основным конкурентными преимуществами относятся гибкая ценовая политика, система контроля розничных цен, доверительные отношения с поставщиками, имеются постоянные клиенты.

Организация является на данный момент наиболее инвестиционно привлекательной и высокорентабельной

Стимулирование сбыта продукции проводится с помощью акций и за счет работы персонала. В настоящее время для ООО «Элвис Премиум» необходимо проведение рекламной кампании что приведет к повышению узнаваемости фирмы и увеличению объема продаж.

В выпускной квалификационной работе на базе проведенного анализа предложены и обоснованы некоторые мероприятия по проведению рекламной кампании и внедрению отдела маркетинга, позволяющие совершенствовать маркетинговую деятельность ООО «Элвис Премиум». Рекомендованные нововведения приведут к увеличению доли обслуживаемых сегментов рынка, будут способствовать формированию благоприятного имиджа ООО «Элвис Премиум» на рынке и развитию эффективных отношений с клиентами, конкурентами, что позволит увеличить объем продаж компании.