

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра Менеджмента и маркетинга

**Разработка маркетинговой стратегии организации
(на примере ООО «Фан Инглиш Студио»)**

АВТОРЕФЕРАТ
ВЫПУСКНОЙ КВАЛИФИКАЦИОННОЙ БАКАЛАВАРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 571 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Экономического факультета

Максеевой Эльвиры Марсовны

Научный руководитель

к.э.н., доцент

подпись, дата

Л.И. Дорофеева

Зав. кафедрой

к.э.н., доцент

подпись, дата

Л.И. Дорофеева

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность темы. Актуальность данной темы дипломной работы состоит в том, в современном мире без разработанной и функционирующей маркетинговой стратегии предприятие, занимающееся производством каких-либо товаров или оказанием услуг, не сможет выдерживать конкуренцию, действовать эффективно в соответствии с требованиями рынка. Несмотря на разнообразные методы и формы конкурентной борьбы, каждая фирма пытается выработать свою конкурентную стратегию для достижения рыночного успеха.

Степень разработанности проблемы. Вопросы маркетинга и маркетинговых стратегий достаточно широко освещены в специальной литературе, как российскими авторами, так и зарубежными, в частности такими авторами как: Аникина А.А., Веснин В.Р., Губарец М.А., Кожушко О.А., Котлер Ф., Палий В.Ф., Приходько Д.А. и другие. Актуальность темы выпускной квалификационной работы и степень её разработанности позволяют сформулировать **проблему**. Она заключается в выявлении особенностей при разработке и реализации маркетинговой стратегии на предприятии.

Целью выпускной квалификационной работы является разработка маркетинговой стратегии для предприятия с целью роста его конкурентоспособности и увеличения прибыли.

В выпускной квалификационной работе поставлены следующие **задачи**:

во-первых, рассмотреть аспекты разработки маркетинговой стратегии на предприятии;

во-вторых, выполнить анализ маркетинговой стратегии на предприятии ООО «Фан Инглиш Студио»;

в-третьих, проанализировать эффективность использования маркетинговой стратегии в ООО «Фан Инглиш Студио»;

в-четвертых, подготовить и разработать маркетинговую стратегию предприятия ООО «Фан Инглиш Студио»;

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх разделов, заключения, списка использованных источников и приложения А-Г.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ.

В главе 1 «Теоретические основы разработки формирования маркетинговой стратегии организации» автором раскрываются понятие, цели и роль маркетинговой стратегии организации.

Маркетинговая стратегия - это совокупность долгосрочных решений относительно способов удовлетворения потребностей существующих и потенциальных клиентов компании за счет использования ее внутренних ресурсов и внешних возможностей.

Главная цель заключается в поддержании и развитии процесса производства, интеллектуального потенциала сотрудников фирмы, в повышении ассортимента и качества производимых товаров, в освоении новых рынков, увеличении сбыта и, в конечном счете, в повышении эффективности деятельности. Но основной стратегической целью маркетинговой деятельности предприятия всё-таки является максимизация получение прибыли. К числу стратегических целей этой деятельности могут быть отнесены также развитие предприятия и сферы ее деятельности и другие.

В главе 2 «Анализ формирования процесса разработки маркетинговой стратегии в ООО «Фан Инглиш Студио»» автор дает общую характеристику деятельности студии, проводит анализ маркетинговой стратегии предприятия и анализирует проблемы формирования стратегии в организации.

Студия английского языка «Fun English Studio» открылась 5 сентября 2019 года. Юридический и фактический адрес: город Саратов, улица Политехническая, дом 75, корпус 2, этаж 3.

Цели и задачи студии непосредственно вытекают из необходимости удовлетворить растущие запросы общества в области освоения иностранных языков. Студия призвана обеспечить качественное иноязычное образование для всех желающих во всех востребованных формах – по длительности и количеству часов, по целевой предназначенности изучения языков, по глубине и полноте освоения языка, по комплектности учебных групп, по используемым методикам преподавания.

Студия «Fun English Studio» рассчитана на аудиторию от трёх лет и без ограничений по возрасту. От этого зависела разработка образовательных программ, спектр предоставляемых услуг, планируемые объемы продаж, организация образовательного процесса.

В студии «Fun English Studio» принята линейная структура управления предприятием. Линейная структура управления подразумевает собой то, что каждым подразделением руководит управленец, осуществляющий единоличное руководство подчиненными сотрудниками и сосредоточивший в себе все функции управления. Данный управленец в свою очередь подчиняется вышестоящему управленцу.

Численность персонала студии составляет на данный момент 16 сотрудников: генеральный директор, два администратора, двенадцать преподавателей и уборщица.

ООО «Фан Инглиш Студио» применяет в своей деятельности стратегию «проникновение на рынок» используя метод ценообразования «средние издержки плюс прибыль».

Компания, являясь молодой по сравнению с конкурентами, однако, одними из главных целей ставит захват доли рынка Саратовской области и завоевание репутации. Поэтому для достижения этих целей она использует стратегию снижения цен на товары и услуги ниже уровня цен конкурентов.

Основной недостаток в деятельности компании на данный период времени - малая интенсивность маркетинговых усилий, направленных на увеличение среднего чека организации путём привлечения категории людей от 18 лет, что является необходимым условием для улучшения деятельности предприятия в перспективе.

При формировании маркетинговой стратегии практически все организации имеют определенные проблемы. Не является исключением и ООО «Фан Инглиш Студио». Проблемы формирования маркетинговой стратегии в ООО «Фан Инглиш Студио» обусловлены в том числе тем, что организации была создана относительно недавно. Деятельность организации началась 5 сентября 2019 года.

Так как студию посещают в основном дети, оплата за урок у них самая низкая, от этого падает показатель среднего чека организации. Одной из проблем формирования маркетинговой стратегии в ООО «Фан Инглиш Студио» является то, что развивается только одна ниша «ученики начальной школы». А значит, рекламная кампания и маркетинговая стратегия работает неправильно. Таким образом, в ходе проведения анализа было выяснено, что данная компания позиционирует себя как небольшую студию, с точечной сегментацией, которая ориентируется не на количество и охват рынка, а на качественную проработку всех составляющих образовательного процесса. Был обозначен бюджет, период программы продвижения и ее задачи, рассмотрены основные планируемые мероприятия и критерии эффективности. Приоритет отдается Интернет-маркетингу, но также не стоит забывать о наружном оформлении, так как это тоже один из каналов коммуникации с целевой аудиторией. Основываясь на данных, полученных в ходе проведения анкетирования и опроса, учтя недостатки прошлых маркетинговых мероприятий, была составлена и проведена программа продвижения для ООО «Фан Инглиш Студио». Далее перейдем к ее рассмотрению.

В главе 3 «Направления совершенствования формирования маркетинговой стратегии ООО «Фан Инглиш Студио»» автор обосновывает внедрение новых способов маркетинговых мероприятий в студии и проводит расчет социально-экономической эффективности предложенных мероприятий.

Был проведен ряд маркетинговых мероприятий и новых способов продвижения, направленных на привлечение категории людей старше 18 лет.

1. Работа с базами данных.

Целевым сегментом, на который направлена деятельность по продвижению услуг студии являются люди старше 18 лет, с высокой платежеспособностью. Для использования актуальной справочной базы интересующих предприятий и организации работы по «холодным» звонкам скачивались, через Internet, доступные бесплатные версии баз данных. Так как на предприятии выход в интернет не имеет лимита, то это мероприятие не несло

никаких дополнительных финансовых затрат.

2. Также студия сотрудничала с образовательными учреждениями и детскими садами, расположенными вблизи:

1. Центр развития «Кенгуру»;
2. СОШ № 77, 7, 82; Лицей №2, Инженерный лицей
3. СГТУ;
4. Дет. сады № 4, 235, 121

В данных учреждениях была размещена печатная реклама, а также прошла презентация основных образовательных курсов на родительских собраниях.

3. Перед началом нового учебного года в языковом центре проходили Дни Открытых Дверей. Мероприятия, включенные в программу: презентация образовательных курсов центра, пробные бесплатные уроки, тестирование определения уровня языка, консультации преподавателей, конкурсы и квесты для детей, продажа печатной продукции школы (учебные пособия, методические рекомендации по изучению английского языка).

Так как в ходе опроса было выявлено, что приоритет в продвижении следует отдать Интернет-маркетингу, далее будут рассмотрены этапы создания и использования рекламных кампаний в сети интернет.

1 этап. Добавление языковой студии в справочники школ города Саратова.

Также для более удобного нахождения информации о студии и повышения доверия со стороны потребителей она была внесена в справочники школ г. Саратова, где была указана контактная информация, ссылка для перехода на сайт компании и несколько фотографий. Помимо справочников школ, студия добавлена в Яндекс.Справочник, Google и Яндекс. Карты. для лучшей навигации клиентов

2 этап. Продвижение в Instagram личной страницы руководителя.

Проходила работа по продвижению личного бренда руководителя в Instagram. На данный момент на личный профиль директора студии подписано 733 пользователь.

При разработке контент-плана для Instagram больший упор был сделан на личностные качества руководителя, его интересы и увлечения.

3 этап. Email- рассылка.

Также для напоминания о студии, его услугах и проходящих акциях своим нынешним и старым клиентам проводилась Email-рассылка. Письмо содержало промо-код на скидку на обучение.

4 этап. Продвижение в Instagram страницы студии.

Для неформального общения со своими студентами и в целом с возможной целевой аудиторией, необходимо было продвигать страницу студию в Instagram.

Начали продвижение страницы с ее оформления. Дизайн профиля должен был перекликаться с фирменным стилем студии. На данный момент на страницу «fun.english.studio» подписано 977 пользователей.

На реализацию предложенных маркетинговых мероприятий совокупные затраты составили 86 000 руб. По анализу данных прибыль на конец 2021 учебного года составила 731 250 рублей. Рассчитаем экономическую эффективность внедренных маркетинговых мероприятий: $731250 \text{руб.} / 86000 \text{руб.}$. Показатель экономической эффективности в ООО «Фан Инглиш Студио» составляет 8,5%. Это свидетельствует о том, что внедрённая маркетинговая стратегия работает очень эффективно.

В результате внедренного в сентябре 2020 года комплекса маркетинговых мероприятий прибыль от продаж за 9 месяцев т.е к концу мая 2021 года увеличилась в 3,6 раз (т.е на 525 350 руб.) по сравнению с 2019-2020 учебным годом. По итогам 2019-2020 учебного года прибыль составила 205 900 руб. А по итогам 2020-2021 учебного года прибыль составила 731 250 руб, увеличившись на 525 350 руб.

Проанализировав динамику прибыли студии за два учебных года, можно сделать вывод, что средний чек был увеличен из-за правильно выбранной стратегии концентрации и привлечения взрослой аудитории с более высокой ценой за занятие, соответственно, существенная разница в показателях прибыли также позволяет сделать вывод о том, что планы по реализации маркетинговой

стратегии выполняются успешно.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. Подводя итог выпускной квалификационной работы, можно сказать, что цель исследования была достигнута – разработана стратегия маркетинга студии английского языка ООО «Фан Инглиш Студио».

В ходе работы, были решены все поставленные задачи:

- рассмотрены аспекты разработки маркетинговой стратегии на предприятии;
- выполнен анализ маркетинговой стратегии на предприятии ООО «Фан Инглиш Студио»;
- проанализирована эффективность использования маркетинговой стратегии в ООО «Фан Инглиш Студио»;
- подготовлена и разработана маркетинговая стратегия предприятия ООО «Фан Инглиш Студио»;

Анализ маркетинговой деятельности ООО «Фан Инглиш Студио», показал, что на момент исследования на предприятии не было эффективной разработанной маркетинговой стратегии развития. Исследуемое предприятие использовало в своей деятельности лишь отдельные средства маркетинга: скидки, акции и предложения.

SWOT - анализ показал, что сильной стороной ООО «Фан Инглиш Студио» является доступность цен и выбор благоприятной для ведения бизнеса территории; слабой стороной будет то, что компания мало знакома потребителю, угрозами считаются активные действия конкурентов против компании, потеря позиций на рынке, а возможности – это расширение своих услуг и доли рынка.

PEST – анализ показал, что наибольшее влияние на компанию оказывают экономические и политические факторы. При анализе рынка языковых школ г. Саратова, было отмечено, что на сегодняшний день наблюдается тенденция роста такого рода компаний, а также существуют организации, которые существуют достаточно долго время на рынке, имеют положительную репутацию и вызывают доверие у целевой аудитории, но имеют ряд схожих слабых сторон и недостатков.

Опираясь на полученные данные при проведении маркетингового исследования среди клиентов студии были выявлены наиболее эффективные инструменты продвижения: социальные сети и Интернет реклама. Также были выявлены основные коммуникационные проблемы такие как: низкая осведомленность целевой аудитории о внутришкольной деятельности и мероприятиях в связи с недостаточным освещением в сети Интернет.

В контексте разработки программы продвижения, больший интерес был проявлен к Интернет продвижению студии ООО «Фан Инглиш Студио», а также взаимодействию с потенциальными клиентами в социальных сетях, помимо данных мероприятий в студии будут проходить «Дни открытых дверей» также для создания информационного повода общения с целевыми клиентами.

Предложенная программа продвижения помогла не только решить существующие коммуникационные проблемы школы, но и поспособствовала укреплению репутации компании и повысила узнаваемость в целом. Внедрение разработанных мероприятий в рамках реализации маркетинговой стратегии привело не только к увеличению эффективности маркетинговой деятельности и увеличению доли на рынке предприятия, но и к росту финансовых результатов ООО «Фан Инглиш Студио».