

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/122685>

Тип работы: Научно-исследовательская работа

Предмет: Стратегический менеджмент

Введение 2

Глава 1. Характеристика компании 3

1.1. Визитная карточка организации 3

1.2. Анализ внешней среды 4

1.3. Анализ микроокружения 6

1.4. Анализ организационно-управленческой структуры 10

1.5. Анализ товарной политики 11

ГЛАВА 2. Анализ конкурентоспособности продукции ПАО «КАМАЗ» 15

2.1. Анализ ассортимента 15

2.2. Анализ продаж автомобилей КАМАЗ 16

ГЛАВА 3. Анализ товарной, сбытовой и маркетинговой стратегии 20

Заключение 23

Список литературы 24

ВВЕДЕНИЕ

Российские машиностроительные предприятия в последние десятилетия оказались в жестких конкурентных условиях. Несмотря на то, что под влиянием внешнего окружения и требований потребителей у них существенно изменилась система управления бизнес-процессами и произошла модернизация ассортимента, конкурентоспособность российских автомобилей и оборудования во многом уступает аналогичной продукции зарубежных производителей.

Основным инструментом для выявления причин сложившейся ситуации является маркетинговый анализ, при помощи которого можно объективно оценить внутренние и внешние отношения анализируемого объекта: охарактеризовать его конкурентоспособность, эффективность и узнаваемость бренда, оценить уровень лояльности потребителей, перспективы развития, и затем по его результатам принять основные решения.

Целью данной работы является анализ маркетинговой стратегии предприятия примере ПАО «КАМАЗ».

В соответствии с поставленной целью предполагается решить следующие задачи:

- описать деятельность компании;
- провести анализ микро и макроокружения,
- провести анализ маркетинговой деятельности,
- проанализировать коммуникационную политику компании.

Объектом исследования является производственное предприятие ПАО «КАМАЗ».

Предметом исследования является социально-этическая деятельность ПАО «КАМАЗ».

ГЛАВА 1. ХАРАКТЕРИСТИКА КОМПАНИИ

1.1. ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА ОРГАНИЗАЦИИ

Группа компаний «КАМАЗ» — крупнейшая автомобильная корпорация Российской Федерации. ПАО «КАМАЗ» занимает 11-е место среди ведущих мировых производителей тяжёлых грузовых автомобилей.

Единый производственный комплекс группы организаций ПАО «КАМАЗ» охватывает весь технологический цикл производства грузовых автомобилей – от разработки, изготовления, сборки автотехники и автокомпонентов до сбыта готовой продукции и сервисного сопровождения.

Сегодня группа организаций «КАМАЗ» включает в себя более 150 организаций, расположенных в России, СНГ и дальнем зарубежье.

Рис.1 Динамика продаж КАМАЗ полной массой 8-40 тонн (в тыс. единиц)

«КАМАЗ» удерживает абсолютное лидерство в классе тяжёлых грузовиков на рынках Украины, Казахстана, Азербайджана, Туркменистана и ряда других стран. За 2013 год отгружено запасных частей на сумму почти 15 млрд. рублей и выпущено продукции диверсификации на сумму более 10 млрд. руб.

1.2. АНАЛИЗ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ

PEST-анализ позволяет оценить воздействие внешних факторов на деятельность предприятия (Таблица 1.).
Таблица 1.

PEST-анализ

Факторы внешней среды Относительная значимость влияния фактора Влияние на стратегию компании

По времени По типу По динамике Относительная значимость фактора

Политические Среднеср. +1 Увелич. 2 В настоящее время политические факторы оказывают положительное воздействие на развитие промышленности в России

Экономические Среднеср. -1 Увелич. 3 Введение торговых санкций ЕЭС позволят привлечь внимание к российскому продукту.

Социальные Долгоср. -1 Увелич. 3 Проявляются при снижении покупательской способности регионов и предпринимателей-заказчиков.

Технологические Долгоср. +1 Увелич. 4 Процесс развития промышленных технологий информационных технологий в мире и во всех видах деятельности имеет огромное влияние. Особенно это проявляется и производстве транспорта.

Правовые Среднеср. +1 Пост. знач 5 В течение последнего времени в России были созданы правовые, экономические и социальные условия для развития автопрома. Созданы благоприятные условия для инвестиций в индустрию транспорта: особые экономические зоны где предусмотрены налоговые и другие льготы. Объем финансовых вложений до 2026 года составит не менее 500 млрд. рублей. Частные инвесторы получают поддержку в виде снижения налога на прибыль, освобождение от налога на имущество и землю.

Экологические Долгоср. +1 Пост. знач 2 С одной стороны возможность повышения экологичности транспорта делает его более конкурентоспособным, а с другой стороны эта модернизация требует дополнительных инвестиций в технологическое обновление машин.

PEST-анализ демонстрирует высокий уровень влияния на развитие предприятия и его конкурентоспособности технологических факторов. Развитие технологий производства и его инновационность создают более высокий уровень защищенности от влияния внешней среды и лучшую адаптированность. В то же время ощутимо воздействие экономических факторов, например, введение санкций ЕС, что формирует увеличение спроса на продукцию российского производства и дает предприятию дополнительный стимул к увеличению производства и модернизации. Социальные факторы в большей степени отражаются на уровне покупательской способности, в современных условиях это тоже значимо для компании. Основным инструментом анализа конкуренции является

Власть поставщиков может оказывать существенное влияние на деятельность транспортных организаций и качество оказываемых услуг. Даже хорошо отлаженная система отношений при поставке продукта может давать сбои; придёт продукт не по тому каталожному номеру, срыв сроков поставки продукта и т.п.

Конкурентное давление со стороны потребителей сказывается в том, что компании все больше средств расходуют на удержание постоянных и завоевание потенциальных потребителей. Их влияние очень существенно.

Угрозу появления новых компаний и фирм (новых конкурентов) можно считать минимальной в данной отрасли. Поскольку уровень первоначального капитала, необходимого для проникновения в отрасль очень велик.

Угрозы со стороны появления услуг-заменителей в отрасли тоже не велики. В России ограниченный перечень предприятий, создающих авто такого профиля.

1.3. АНАЛИЗ МИКРООКРУЖЕНИЯ

Анализ внутренней среды ПАО «КАМАЗ» мы будем проводить с помощью такого инструмента, как «11 переменных».

Рис.2. Микроокружение ПАО «КАМАЗ»

Как видно на рисунке, выделяются 11 переменных внутренней среды компании, проанализировав которые,

мы сможем идентифицировать риски или возможности.

1. Система целей – в компании нет четко сформулированной и прописанной системы целей, что несет собой определенный риск.
2. Система выходов – финансовые результаты компании, качество продукта или услуги, информационные выходы компании (реклама, пиар акции) можно охарактеризовать как шанс или возможность.
3. Система входов:
 - поставщики финансовых ресурсов – компания использует собственные средства для развития, не ориентируясь на заемные;
 - техническая оснащенность, человеческие ресурсы – развитость этих параметров на хорошем уровне.Компания удовлетворяет всем запросам в плане технического оснащения процесса работы, а сотрудниками фирмы являются достаточно высококвалифицированные специалисты.
4. Система бизнес процессов – в компании нет четко сформулированных и прописанных бизнес-процессов, а также работающих руководящих документов на их базе.
5. Организационная структура – стандартная функциональная которая на сегодняшний день способствует достижению поставленных задач. Но в процессе реализации стратегии роста и развития ее необходимо будет видоизменить.
6. Система менеджмента компании – качество высшего звена управления, среднего и нижнего менеджмента в совокупности можно охарактеризовать как вполне удовлетворяющим текущим целям и задачам управления.
7. Качество персонала – уже отмечалась достаточно высокая квалификация персонала.

1. Дрогобыцкий, И.Н. Системный анализ в экономике : учеб. пособие / И.Н. Дрогобыцкий. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 512 с.
2. Елиферов, В.Г. Бизнес-процессы : Регламентация и управление / В.Г. Елиферов, В.В. Репин. – М. : ИНФРА-М, 2016. – 319 с.
3. Калянов, Г.Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов : учеб. пособие для вузов / Г.Н. Калянов. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 240 с.
4. Ковалев С.М. Описание бизнес-процессов – к вершинам мастерства // Консультант директора. – 2004. - №10.
5. Репин, В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин, В.Г. Елиферов. – 5-е изд. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2017. – 408 с.
6. Устинов О.Д. Стратегическое управление предприятием // Символ науки. 2016. №1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie-predpriyatiem-1> (дата обращения: 06.10.2019).
7. Хомутский Д., Алиев И. Г. Организация эффективного совместного использования информации и знаний в рассредоточенных проектных командах // Управление развитие персонала. – 2018. - №1. – С.22
8. Шубарина К.С. Принципы построения фирменного стиля организации // Вопросы управления. – 2011. - № 4 (17). – С.23
9. Устинов О.Д. Стратегическое управление предприятием // Символ науки. 2016. №1-1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategicheskoe-upravlenie-predpriyatiem-1> (дата обращения: 06.09.2019).
10. Федотова, Д.Э. Case-технологии: практикум / Д.Э.Федотова, Ю.Д. Семенов, К.Н. Чижик. – М. : Горячая линия-Телеком, 2015. – 160 с.
11. Черемных, С.В. Моделирование и анализ систем. IDEF-технологии: практикум / С.В. Черемных, И.О. Семенов, В.С. Ручкин. – М. : Финансы и статистика, 2016. – 192 с.
12. Черемных, С.В. Структурный анализ систем: IDEF-технологии / С.В. Черемных, И.О. Семенов, В.С. Ручкин. – М. : Финансы и статистика, 2017. – 208 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/nauchno-issledovatel'skaya-rabota/122685>