

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/137178>

**Тип работы:** Научно-исследовательская работа

**Предмет:** Маркетинговое исследование

ВВЕДЕНИЕ 3

1 Характеристика предприятия ОАО «Жировой комбинат» 4

2 Анализ формирования маркетинговой политики предприятия 9

3 Резервы эффективности стратегического маркетингового планирования 14

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 26

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 28

ВВЕДЕНИЕ

Все большее число руководителей компаний, желая идти в ногу со временем, используя современные подходы к своей сбытовой деятельности, начинают понимать предназначение и обоснованность маркетинга, особенно в период кризисных явлений. В свою очередь, и назначение маркетинга перемещается от инструмента регулирования спроса и удовлетворения потребностей рынка в область создания и доведения до потребителей основных ценностей продуктов или услуг компаний. В условиях такого интенсивного роста от маркетологов уже не ждут сопровождающих функций поддержки плановых показателей продаж компаний, все чаще система принятия управленческих решений переходит в маркетинговую плоскость - от понимания положения предприятия на рынке, потребностей потребителей, анализа активности конкурентов и прочих участников данной отрасли.

Значительную роль в деятельности предприятия играет маркетинговая политика, которая определяет полный комплекс маркетинга.

Одной из важнейших составляющих маркетинговой политики становится политика продвижения продукции и услуг предприятия на рынке.

Продвижением можно считать любую форму сообщений, с помощью которых фирма информирует и убеждает людей, а также напоминает им о своих товарах, услугах, идеях, общественной деятельности или других действиях, оказывающих влияние на общество.

Цель научно-исследовательской работы - рассмотреть теоретический аспект формирования маркетинговой политики организации, её структуры продвижения и на примере предприятия ОАО «Жировой комбинат» провести

анализ его маркетинговой деятельности, предложить пути совершенствования продвижения его продукции на рынок.

Настоящая работа состоит из введения, трёх параграфов, заключения, списка использованных источников.

1 Характеристика предприятия ОАО «Жировой комбинат»

Рассматриваемое предприятие в работе - ОАО «Жировой комбинат» - это современное предприятие с большим потенциалом и перспективами, занимающиеся производством масложировой продукцией.

Организационная структура ОАО «Жировой комбинат» представлена на рисунке 7.

Предприятие ОАО «Жировой комбинат» входит в группу «РУСАГРО». Номенклатура продукции предприятия ОАО «Жировой комбинат» включает майонезы, маргарины, подсолнечное масло, кетчуп, горчица, жиры, мыло. В целом ассортимент продукции включает в себя около 50 наименований.

Ежемесячный выпуск продукции составляет 2 тыс. тонн майонеза, 40 тонн подсолнечного масла, до 2000 тонн маргарина, 400-450 тонн мыла. [5, с. 20]

Рассмотрим выпуск продукции ОАО «Жировой комбинат» в процентном соотношении:

Рисунок 2 - Выпуск продукции ОАО «Жировой комбинат», %

Исходя из данной диаграммы, основным продуктом производства ОАО «Жировой комбинат» является майонез - 33,79%. Далее идут маргарин - 27,87%, жиры - 27,52%, мыло туалетное - 9,52%, подсолнечное масло - 0,71% и горчица - 0,59%.

Рассмотрим диаграмму производства масложировой продукции ОАО «Жировой комбинат» за 2015 - 2019 гг., тыс. тонн.

Рисунок 3 - Производство масложировой продукции ОАО «Жировой комбинат» за 2017 - 2019 гг., тыс. тонн  
 С 2017 по 2019 г. производство масложировой продукции выросло в четыре раза — с 550 тыс. до 1 876 тыс. тонн, что было связано с запуском линии по рафинации, дезодорации и бутилирования масла в 2018 г., а также арендой двух маслоэкстракционных заводов и трех масложировых комбинатов холдинга «Солнечные продукты».

Исходя из диаграммы, можно сказать, что что производство ОАО «Жировой комбинат» увеличивается с каждым годом, а по сравнению с 2018 годом, производство в 2019 году увеличилось на 1104 тыс. тонн, что является рекордным показателем за все три года производства продукции.

Приведенный анализ финансового состояния ОАО «Жировой комбинат» выполнен за период с 01.01.2017 года по 31.12.2019 год на основе данных бухгалтерской отчетности организации за три года. Качественная оценка значений финансовых показателей ОАО «Жировой комбинат» проведена с учетом отраслевых особенностей деятельности организации (отрасль - «Производство пищевых продуктов», класс по ОКВЭД 2 - 10).

Структура активов организации в разрезе основных групп представлена ниже на диаграмме:

Рисунок 4 - Структура активов организации на 31 декабря 2019 г.

В приведенной ниже таблице обобщены основные финансово-хозяйственные результаты деятельности ОАО «Жировой комбинат» за рассматриваемый период 31.12.17-31.12.19 гг.

Таблица 1 - Анализ финансово-хозяйственной деятельности за 2017-2019 гг.

Показатель      Значение показателя, тыс. руб.      Отклонение показателя      Среднегодовая величина

2017 г.    2018 г.    2019 г.    тыс. руб.    ±    %    тыс. руб.

2019 г. /2018г.    2019 г./

2018г.

1 2 3 4 5 6 7

1. Выручка	8 332 881	12 290 197	41 111 823	28 821 626	334,51	5 144 575
2. Расходы по обычным видам деятельности	7 950 710	11 512 906	40 456 371	28 943 465	351,4	4 993 332
3. Прибыль (убыток) от продаж (1-2)	382 171	777 291	655 452	- 121 839	84,32	151 242
4. Прочие доходы и расходы, кроме процентов к уплате	1 134 286	-52 127	-153 618	- 101 491	294,7	77 378
5. EBIT (прибыль до уплаты процентов и налогов) (3+4)	1 516 457	725 164	501 834	- 223 330	69,2	228 621
6. Проценты к уплате	91 728	95 785	101 882	6 097	106,4	24 116
7. Налог на прибыль	9 326	56 408	67 970	11 562	120,5	11 142
8. Себестоимость продаж	5 809 876	9 578 154	35 371 662	25 793 508	369,3	4 229 974
9. Валовая прибыль	2 523 005	2 712 043	5 740 161	3 028 118	211,3	914 600
10. Чистая прибыль	1 390 101	500 208	351 702	- 148 506	70,3	186 834
11. Коммерческие расходы	1 644 585	1 360 823	3 846 427	2 485 604	282,6	570 986
12. Управленческие расходы	496 249	573 929	1 238 282	664 353	215,7	192 371
13. Доходы от участия в других организациях	36 39	42 3	107,7	10		

За рассматриваемый период (с 31 декабря 2018 г. по 31 декабря 2019 г.) наблюдалось повышение выручки до 41 111 823 тыс. руб. (на 28 821 626 тыс. руб.). В течение анализируемого периода мы наблюдаем рост выручки, максимальное значение которой составило 41 111 823 тыс. руб.

Значение прибыли от продаж за 2019 год составило 655 452 тыс. руб. В течение анализируемого периода финансовый результат от продаж пошёл на спад на - 121 839 тыс. руб.

Обратив внимание на строку 2 формы № 2, можно отметить, что организация учитывала общехозяйственные (управленческие) расходы в качестве условно-постоянных, относя их по итогам отчетного периода на счёт

Среди показателей, исключительно хорошо характеризующих финансовое положение и результаты деятельности ОАО «Жировой комбинат», можно выделить следующие:

- чистые активы превышают уставный капитал, при этом в течение анализируемого периода наблюдалось увеличение чистых активов;

- за 2019 год получена прибыль от продаж равная 655 452 тыс. руб., причем наблюдалась отрицательная динамика по сравнению с предшествующим 2018 годом, в котором она составляла 777 291 тыс. руб.

(уменьшение на 121 839 тыс. руб.).

Так же спад результатов деятельности ОАО «Жировой комбинат» характеризует следующий показатель – это чистая прибыль за последний год, 2019, которая составила 351 702 тыс. руб., что меньше по сравнению с 2018 годом, в котором чистая прибыль составила 500 208 тыс. руб.

1. Бренд-маркетинг: ценовая и сбытовая политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studme.org/>, свободный.
2. Демонстрация в местах продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy-ru.info/>, свободный.
3. Задачи стимулирования сбыта [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.marketch.ru/>, свободный.
4. Информационная документация предприятия ОАО «Жировой комбинат», 2017 - 2020 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rusagromaslo.com>, свободный.
5. Коммуникационная политика и маркетинговые технологии компании [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.
6. Маркетинговое планирование на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.elibrary.ru>, свободный.
7. Методы планирования маркетинга в организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elibrary.ru>, свободный.
8. ОАО «Жировой комбинат» (Екатеринбург) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zavodfoto.livejournal.com>, свободный.
9. Основные принципы маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy-ru.info>, свободный.
10. Оценка эффективности маркетинговой деятельности предприятия <https://m.studwood.ru>, свободный.
11. Перспективы развития аудита маркетинговых коммуникаций по отраслям с точки зрения перспективности развития аудита маркетинговых коммуникаций [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.
12. Планирование маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studentbooks.com.ua>, свободный.
13. Политика маркетинга компании: правила, принципы, разработка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru>, свободный.
14. Формирование политики организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://elib.belstu.by>, свободный.
15. Процесс управления маркетингом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://revolution.allbest.ru>, свободный.
16. Система маркетинговых исследований. Главная цель маркетинговых исследований – уменьшение неопределенности и риска при принятии коммерческих решений [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.ru>, свободный.
17. Сарычева Е. Журнал «Коммерческий Директор», издательство «Акцион-МЦФЭР», 2020 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.kom-dir.ru>, свободный.
18. Современные методы планирования в маркетинге [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.
19. Стратегия маркетинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://economy-ru.info>, свободный.
20. Теоретические аспекты ведения маркетинговой деятельностью [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studopedia.ru>, свободный.
21. Увеличение прибыли предприятия: расчёт, методы, примеры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://sales-generator.ru>, свободный.
22. Управленческая информация по ОАО «Жировой комбинат» (Екатеринбург) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://zavodfoto.livejournal.com>, свободный.
23. Управление маркетингом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studref.com>, свободный.
24. Управление рекламой на предприятии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.
25. Устав предприятия ОАО «Жировой комбинат»
26. Формирование маркетинговой политики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru>, свободный.

27.Формирование эффективной маркетинговой политики предприятия: методы, модели, технологии [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://vestnik.osu.ru>, свободный.

*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-issledovatelskaya-rabota/137178>