

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/49563>

**Тип работы:** Научно-исследовательская работа

**Предмет:** Маркетинг продаж

Содержание

Часть 1. Маркетинговое обоснование. Кабинетные и (или) полевые маркетинговые исследования. 3

Часть 2. Стратегический анализ компании. Разработка маркетинговых стратегий. Разработка стратегического уровня плана маркетинга. 12

Часть 3. Разработка операционного уровня плана маркетинга 38

Список использованной литературы 43

системы менеджмента качества на базе стандартов ИСО 9000.

Анализ закрепления по регламентам и корпоративному управлению

Анализ закрепления сильных и слабых сторон УГМК по регламентам и корпоративному управлению представлен на рисунке 8.

Рисунок 8 – Анализ закрепления сильных и слабых сторон УГМК по регламентам и корпоративному управлению

К высокоценным активам компании по регламентам и корпоративному управлению можно отнести лидерство генерального директора, наличие системы стратегического управления, правильно выстроенную организационную структуру управления. Наиболее важными проблемами в этой области являются неэффективная система планирования и управления процессом производства, слабое понимание руководством важности долгосрочного планирования. «Бесполезными усилиями» является наличие отдела маркетинга.

Таким образом, наиболее сильными сторонами организации, на которые она может сделать стратегический упор, являются высокий уровень квалификации и достаточная компетентность сотрудников, преобладание сотрудников с высшим образованием, наличие системы обучения и повышения квалификации персонала, наличие системы подбора персонала, передача опыта молодым специалистам посредством наставничества, высокий уровень средней заработной платы, отсутствие «серых схем» в расчетах с заказчиками и персоналом, гибкость финансовой политики, высокий показатель чистой прибыли, достаточно помещений для текущей деятельности, полная оснащенность рабочих мест, наличие оборудования, большой опыт работы в металлургии, высокое качество предоставляемых работ и продукции, лидирующие позиции на рынке, а также понимание требований клиентов и наличие филиальной сети в других регионах, лидерство генерального директора, наличие системы стратегического управления и правильно выстроенной организационной структуры.

Организация полностью оснащена необходимой компьютерной техникой и программными продуктами.

Сотрудники компании обладают достаточным уровнем компьютерной грамотности.

Слабыми сторонами, требующими немедленного решения, являются низкая мотивация персонала, высокая текучесть кадров, наличие и чрезмерная зависимость фирмы от заемного капитала, неэффективная система планирования и управления процессом, слабое понимание руководством важности долгосрочного планирования.

Составим матрицу возможностей (таблица 11) и угроз (таблица 12), оказывающих наибольшее влияние на деятельность Общества. Для дальнейшего анализа выбираются возможности и угрозы, вероятность появления которых в долгосрочной перспективе превышает 50%.

Таблица 11 – Матрица возможностей УГМК

Возможности Вероятность появления в периоде

Краткосрочном (до 1 года) Среднесрочном

(от 1 до 5 лет) Долгосрочном

(более 5 лет)

Расширение сферы деятельности 0,1 0,25 0,4

Появление новых клиентов 0,2 0,4 0,6

Проникновение в зоны влияния конкурентов 0,15 0,3 0,5

Выход на новые рынки 0,25 0,43 0,64

Таблица 12 – Матрица угроз УГМК

Угрозы Вероятность появления в периоде

Краткосрочном (до 1 года) Среднесрочном

(от 1 до 5 лет) Долгосрочном

(более 5 лет)

Активизация деятельности существующих конкурентов 0,15 0,32 0,54

Повышение требований клиентов 0,3 0,5 0,7

Появление новых конкурентов 0,1 0,3 0,5

Ужесточение условий получения лицензий, разрешений 0,05 0,15 0,25

Недостаток профессионально подготовленных инженеров 0,2 0,45 0,6

Для дальнейшей разработки стратегии УГМК выберем наиболее вероятные возможности, возникновение которых может оказать существенное влияние на дальнейшую деятельность компании и ее судьбу на рынке. Соответственно, на укрепление позиций Общества на рынке производства в металлургии наиболее значимое влияние могут оказать следующие возможности: появление новых клиентов и выход на новые рынки.

Каким-либо образом повлиять на повышение требований клиентов организация мало способна, поэтому просто нужно учитывать такую угрозу. При активизации деятельности конкурентов необходимо всячески противодействовать этому явлению, используя все свои сильные стороны и, по возможности, не позволять им занимать лидирующую позицию на рынке. Кроме того, необходимо стремиться ликвидировать слабые стороны организации, негативное влияние которых в условиях активизации деятельности основных конкурентов особенно заметно. Возможность возникновения ситуации, при которой будет наблюдаться дефицит профессионально подготовленных инженеров, необходимо исключать за счет удержания существующих специалистов.

Следует также отметить, что указанные угрозы могут оказаться одинаково негативными для всех конкурирующих компаний.

Таким образом, возможность появления новых клиентов и выход на новые рынки будут положены в основу разрабатываемой стратегии. При разработке стратегии будут максимально использоваться сильные стороны компании, и реализовываться попытки нейтрализации слабых сторон предприятия или превращения их в сильные.

Стратегия организации – это указание «как перевести компанию оттуда, где она находится сейчас, туда, где она хочет находиться»; это средство достижения желаемых результатов.

В диверсифицированной компании стратегии разрабатываются на 4 различных организационных уровнях:

1. Корпоративная стратегия – стратегия для компании и всех ее направлений бизнеса;
2. Деловая стратегия – стратегия по каждому направлению бизнеса;
3. Функциональная стратегия (стратегия совершенствования деловых процессов) – разрабатывается для каждого делового процесса;
4. Операционная стратегия – разрабатывается с целью совершенствования отдельных механизмов деловых процессов.

В случае, если речь идет о не диверсифицированном предприятии, корпоративная стратегия совпадает с деловой.

Одно из главных и ведущих направлений деятельности УГМК – это производство в металлургии. Так как деятельность компании не диверсифицирована (она входит в группу компаний Е4 и занимается только своими непосредственными задачами), то корпоративная стратегия совпадет с деловой.

Разработка деловой стратегии

Деловая стратегия представляет собой ряд подходов, разрабатываемых предприятием с целью достижения наилучших показателей работы по конкретным направлениям бизнеса. Она направлена на устранение и укрепление конкурентной позиции предприятия на рынке.

На основе разработанных целей УГМК, а также его возможностей, определим стратегические позиции

компании на рынке во взаимоотношениях с акционерами, инвесторами, заказчиками, работниками:

- привлечения новых клиентов;
- освоения новых рынков;
- создания высококвалифицированного и опытного штата сотрудников;
- внедрения современных технологий и программных комплексов;
- обеспечения высокого имиджа компании на основе имеющегося опыта;
- снижения инвестиционного риска и роста стабильности компании;
- внедрения новых технологий и собственных технических разработок в сферу металлургии с целью роста надежности компании и увеличения ее прибыли.

Разработка функциональной стратегии

Функциональные стратегий, или стратегий по совершенствованию отдельных деловых процессов, будем разрабатывать на основе деловых процессов, попавших в зону высокого приоритета компании. К ним относится процесс получения заказа. Кроме того, рассмотрим бизнесы-процессы, хоть и попавшие в зону среднего приоритета компании, но оказывающие значительное влияние на деятельность компании, – процесс управления выполнением производственных процессов и процесс управления кадровыми ресурсами.

Управление выполнением производственных процессов

В рамках данного процесса компании необходимо придерживаться стратегии повышения эффективности системы управления, повышения качества. Кроме того, необходимо придерживаться стратегии развития компетенций в области передовых энергоэффективных и экологичных технологий.

Управление кадровыми ресурсами

В связи с возможностью возникновения дефицита квалифицированных специалистов в рассматриваемой области рекомендуется создание кадрового резерва, разработка

Список использованной литературы

1. Пирс, II Д. Стратегический менеджмент / Д. Пирс II, Р. Робинсон; Пер. с англ. Е. Милютин. - СПб.: Питер, 2016. - 560 с.
2. Романов, Е.В. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / Е.В. Романов. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 160 с.
3. Райзберг Б.А. Экономический словарь. - М.: Юнити, 2015. - 452 с.
4. Ромашова Е. А. Стратегическое управление промышленным предприятием на основе системы сбалансированных показателей : дис. ... канд. экон. наук / Ромашова Е. А. – Нижн. Новгород, 2015. – 145 с.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов (книги I—III). / Пер. с англ, вводная статья и комментарии Е. М. Майбурда. - М.: Наука, 2015. - С. 175-176.
6. Тебекин, А.В. Стратегический менеджмент: Учебник для бакалавров / А.В. Тебекин. - М.: Юрайт, 2015. - 320 с.
7. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Учебник / Р. А. Фатхутдинов. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Маркет ДС, 2012. - 652 с.
8. Шеховцева Л. С. О некоторых понятиях стратегического управления // Менеджмент в России и за рубежом. - 2015. - № 6.- С. 2.
9. Шувалов В. Н. Кто на новенького?: влияние инновационной активности на повышение конкурентоспособности предприятия // Российское предпринимательство. - 2015. - № 10. - С. 28-31.
10. Томпсон, А.А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд; Пер. с англ. А.Р. Ганиева, Э.В. Кондукова. - М.: Вильямс, 2015. - 928 с.
11. Shendel D. E., Hatten K. J. Business Policy or Strategic Management: A Broader View for an Emerging Discipline // Academy of Management Proceedings, 1972.
12. Pearce J. A., Robinson R. B. Jr. Strategic Management, 2nd ed. Homewood, Ill: Richard D. Irvin, 1985. - P. 6.

*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/49563>