

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/289605>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Маркетинг

Оглавление

Введение 3

1. Информация о розничном предприятии\фирме 5

2. Анализ микро среды магазина\сети АО «Тандер» 8

3. SWOT и PESTEL анализ 14

4. Потребности, удовлетворяемые товарами, продаваемыми в магазина\сети АО «Тандер» 19

5. Ценовая политика магазина\сети АО «Тандер» 20

6. Товарная политика магазина\сети АО «Тандер». Ассортимент и номенклатура 22

7. Сервисная политика магазина\сети АО «Тандер». Сопутствующие услуги в розничных магазинах. 23

8. Коммуникационная политика магазина\сети АО «Тандер» 24

9. Оценка конкурентоспособности магазина\сети АО «Тандер» 26

Заключение 28

Список литературы 29

Приложение 1 – Примерный прайс лист компании 30

Введение

Актуальность выбранной темы работы основана на том, что в современной рыночной экономике каждая компания сталкивается с большим уровнем конкуренции со стороны других компаний. На основании этого необходимо выпускать на потребительский рынок достаточно конкурентную продукцию, услуги и товары. Именно поэтому каждой компании необходимо отслеживать собственный уровень конкуренции и постоянно повышать его равными методами. Именно поэтому важно на постоянной основе проводить маркетинговые исследования.

Основная цель данной курсовой работы заключается в проведении маркетингового исследования относительно розничной торговой компании АО «Тандер» (магазин «Магнит»).

Задачами данной работы являются:

- изучение общей характеристики организации;
- проведение анализа микросреды АО «Тандер» (магазин «Магнит»);
- проведение SWOT и PESTEL анализов;
- проведение анализа потребности, удовлетворяемые товарами, продаваемыми в магазина\сети АО «Тандер»;
- проведение анализа ценовой политики магазина\сети АО «Тандер»;
- проведение анализа товарной политики магазина\сети АО «Тандер», ассортимента и номенклатуры;
- проведение анализа сервисной политики магазина\сети АО «Тандер» и сопутствующих услуг в розничных магазинах;
- проведение анализа коммуникационной политики магазина\сети АО «Тандер»;
- проведение оценки уровня конкурентоспособности магазина\сети АО «Тандер».

Объектом исследования является магазин\сети АО «Тандер» (магазин «Магнит»).

Предметом исследования является маркетинговое исследование.

В данной работе были применены такие методы исследования как анализ и синтез информации, табличное и графическое представление данных.

1. Информация о розничном предприятии\фирме

АО «Тандер» является юридическим лицом с организационно-правовой формой публичного акционерного общества.

АО «Тандер» зарегистрирован 28.06.1996 года. [1]

Реквизиты: [1]

ИНН 2310031475 КПП 231001001

ОГРН 1022301598549 от 12.08.2002 года.

Юридический адрес компании: г. Краснодар, ул. им. Леваневского, д. 185[1]

Основной вид деятельности у компании АО «Тандер»: 47.11 розничная торговля преимущественно пищевыми продуктами, включая напитки, табачные изделия. [1]

Помимо основного вида деятельности у компании АО «Тандер» зарегистрировано 153 вида дополнительной деятельности: розничная торговля, производство пищевых продуктов, логистика и пр. [1]

Место в отрасли 1 –ое из 27606 ед. конкурентов. [1]

Анализ отчета о финансовых результатах показал, что чистая прибыль АО «Тандер» в 2020 году чистая прибыль выросла на 9502779 тыс. руб. или 1,34%, но в 2021 году снизилась на 12373676 тыс. руб. или 0,69%. [1]

При этом выручка предприятия, наоборот, в 2020 году она выросла на 251338 тыс. руб. или 1,61%, а в 2021 году - на 101552 тыс. руб. или 1,15%.

Себестоимость АО «Тандер» снизилась в 2020 году на 4028 тыс. руб. или 0,94%. И в 2021 году уменьшилась на 3446 тыс. руб. или 0,95%.

Валовая прибыли АО «Тандер» в 2020 году он выросла на 255366 тыс. руб. или 1,75%, в 2021 году - на 104998 тыс. руб. или 1,18%.

Прибыль от продаж АО «Тандер» выросла в 2020 году на 767800 тыс. руб. или 5%. И в 2021 году уменьшилась на 721442 тыс. руб. или 0,25%.

Прибыль до налогообложения идентичен значениям чистой прибыли, то есть в 2020 году выросла, а в 2021 году снизилась. Снижение было замечено на 12445678 тыс. руб. или 0,68%, а рост на 7928343 тыс. руб. или 1,24%.

На рисунке 1 приведем организационную структуру управления компании АО «Тандер».

Рисунок 1– Организационная структура управления АО «Тандер» [7]

На основании данного рисунка можно сделать вывод, что система управления АО «Тандер» выстроена линейно-функциональным видом. То есть прослеживается линейная иерархия подчинения, но по каждому направлению деятельности компании присутствует ответственный исполнитель – директор.

На рисунке 2 приведем организационную структуру одного из магазинов компании АО «Тандер».

Рисунок 2- Организационная структура одного из магазинов компании АО «Тандер» [7]

На основании приведенных структур можно сделать вывод, что данная компания имеет линейно-функциональную структуру управления и в целом организационную структуру.

2. Анализ микро среды магазина\сети АО «Тандер»

Анализ микросреды представляет собой анализ отрасли, в которой функционирует предприятие, он направлен на оценку конкурентоспособности и перспектив конкретной отрасли хозяйства. Розничная торговля в РФ в 2021 году составила 24231,6 млрд. руб. По аналогии с 2020 годом наблюдается рост количества продуктовых магазинов на 9% и рост численности поставщиков на 3,3%. Среди продуктовых ритейлеров крупнейшим является X5 Retail Group. По данным за 2021 год выручка данного ритейлера составила 1533 млрд. руб. На втором месте по объему выручки находится компания «Магнит» - 1237 млрд. руб., далее «Лента» - 414 млрд. руб., и «Дикси» - 299 млрд. руб. В 2021 г. оборот рынка продуктового ритейла составил 16,1 трлн руб., увеличившись за 10 лет более чем вдвое. Данный анализ приведен на рисунке 3.

Рисунок 3- Оборот продуктовой розницы, трлн. руб. [5]

Основным ограничением роста рынка продуктового ритейла в этом году станет снижение реальных доходов населения. В случае реализации базового сценария, предполагающего снижение ВВП на 3,5–4% и инфляцию на уровне 4,5–5%, оборот розничной торговли может увеличиться до 17,1 трлн руб. В пессимистичном сценарии, предполагающем сокращение ВВП на 6,7–7,5% и инфляцию на уровне 5–6%, рынок продуктового ритейла достигнет 16,7 трлн руб.

Список литературы

- 1 Регистрационные данные [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.rusprofile.ru/id/10717383> (дата обращения 26.10.2022)
- 2 Динамика ВВП РФ по годам [Электронный ресурс]. URL. <http://global-finances.ru/vvp-rossii-po-godam/> (дата обращения 11.01.2021)
- 3 Отраслевой коэффициент финансового левериджа [Электронный ресурс]. URL. <https://www.testfirm.ru/finfactor/financialleverage/> (дата обращения 26.10.2022)
- 4 Среднеотраслевой показатель рентабельности [Электронный ресурс]. URL. https://www.testfirm.ru/keyrates/47_torgovlya-rozничnaya-krome-torgovli-avtotransportnymi-sredstvami-i-mototsiklami (дата обращения 26.10.2022)
- 5 Анализ рынка продуктов питания 2021 года [Электронный ресурс]. URL.: https://datainsight.ru/DI_Online_market_foods_2021 (дата обращения 26.10.2022)
- 6 Официальный сайт магазина Магнит [Электронный ресурс]. URL.: <https://www.magnit.com/ru/> (дата обращения 26.10.2022)
- 7 Годовой отчет компании Магнит за 2021 год [Электронный ресурс]. URL.: <http://report2021ru.magnit.com/reports/magnit/annual/2021/gb/Russian/0/.html/> (дата обращения 26.10.2022)

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://studservis.ru/gotovye-raboty/kurovaya-rabota/289605>