

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/97500>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика

Введение 3

Раздел 1. Характеристика объекта анализа 5

Раздел 2. Факторы прямого и косвенного воздействия 6

Раздел 3. Анализ внутренней среды организации 18

Раздел 4. Программа развития предприятия 24

Вывод 35

Список используемых источников 37

Приложение 40

Введение

Все составляющие микро и макросреды постоянно изменяются. Необходимо учитывать, что любой, даже идеальный план деятельности может провалиться при негативном воздействии неконтролируемых факторов.

Изменения в маркетинговой среде, влияние на их деятельность, запросы клиентов и рыночные отношения являются одними из ключевых вопросов организации.

По этой причине, выбранная для исследования тема весьма актуальна: фирма должна тщательно следить за всеми изменениями внешней среды, применяя для этого

маркетинговые исследования, и все имеющиеся в ее распоряжении возможности для сбора текущей внешней маркетинговой информации.

Цель данного проекта является исследование влияния маркетинговой среды предприятия на примере ООО «Иск «Прайм» Санкт-Петербург, экономическое обоснование маркетингового развития предприятия.

Исходя из целей исследования, поставлены следующие задачи:

раскрыть сущность и виды исследований маркетинговой среды;

рассмотреть основные принципы проведения исследований внешней маркетинговой среды;

изучить основные методы исследований внешней маркетинговой среды;

исследовать внешнюю маркетинговую среду ООО «Иск «Прайм»;

представить организационно-правовую характеристику ООО «Иск «Прайм»;

провести анализ микросреды ООО «Иск «Прайм»;

провести анализ макросреды ООО «Иск «Прайм»;

предложить рекомендации по улучшению результатов деятельности ООО «Иск «Прайм».

С развитием рыночных отношений в последние годы значительно возрос интерес к маркетингу, как к концепции рыночного управления. Работая в условиях сложной, постоянно меняющейся маркетинговой среды, любой компании, если она хочет процветать, необходимо производить и предлагать нечто имеющее ценную значимость

2

для той или иной группы потребителей. Опытные фирмы периодически пересматривают свои целевые, стратегические и тактические задачи. Они полагаются на маркетинг как на основное комплексное средство наблюдения за рынком и приспособления к происходящим на нем переменам.

Курсовая работа состоит из введения, 4 разделов, заключения, списка использованных источников.

Раздел 1. Характеристика объекта анализа

ООО «Иск «Прайм» зарегистрирована 26 февраля 2007 г. регистратором Межрайонная инспекция Федеральной налоговой службы №15 по Санкт-Петербургу.

Руководитель организации: генеральный директор Михайлов Сергей Владимирович. ООО «Иск «Прайм» создано в соответствии с Гражданским кодексом Российской Федерации и Федеральным законом от 08.02.1998г. №14-ФЗ «Об обществах с ограниченной ответственностью».

ООО «Иск «Прайм» от своего имени может приобретать и осуществлять имущественные и неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в суде. Организация имеет гражданские права и несет обязанности, необходимые для осуществления любых видов деятельности, не запрещенных федеральными законами.

Основным видом экономической деятельности ООО «Иск «Прайм» является «Строительство жилых и нежилых зданий». ООО «Иск «Прайм» вправе осуществлять также и любые другие виды деятельности, не противоречащие действующему законодательству.

Рисунок 1 Виды деятельности ООО «Иск «Прайм»

Отдельными видами деятельности, перечень которых определяется законом, ООО «Иск «Прайм» может заниматься только на основании специального разрешения (лицензии). ООО «Иск «Прайм» работает еще по другим направлениям, ряд из которых представлен на рисунке1.

Раздел 2. Факторы прямого и косвенного воздействия

Необходимо провести экспресс-анализ микросреды в соответствии с методикой «Пять сил Портера».

Отметим, что приведенные данные по анализу рынка представлены консалтинговым агентством ЦКМ «Парадигма», так как собственных маркетинговых исследований предприятие не проводит.

Как показала практика, основными клиентами предприятия являются:

крупные, средние и мелкие производственные предприятия;
непроизводственные предприятия (приобретают оборудование для офисов);
частные лица.

В таблице 1 можно увидеть профиль клиента ООО «Иск «Прайм».

Таблица 1 – Профиль клиента ООО «Иск «Прайм»

Сегмент Особенности Число потенциальных клиентов

Крупные, средние и мелкие производственные предприятия Строительство «под ключ производственных объектов», изготовление отверстий под водопровод и коммуникации и др.

Наиболее перспективен для инвестиций.

150-200

Непроизводственные предприятия Капитальный ремонт зданий и сооружений, комплексный ремонт, проектные работы и др.

300-400

3

Частные лица Проектирование жилых домов, строительство «под ключ» жилых зданий, монтаж систем отопления, дизайн помещений и др.

Дополнительные инвестиции в этот сегмент не требуется, рынок относительно стабилен, компания занимает на нем ведущее и стабильное положение.

Не определен, большие возможности для охвата рынка

Для изучения покупателей ООО «Иск «Прайм» консалтинговым агентством ЦКМ «Парадигма» было проведено интервьюирование респондентов. Были получены результаты, которые приведены в таблицах 1 и 2.

Существующая конкуренция в отрасли, а также угроза выхода на рынок новых конкурентов в большей степени негативно сказываются на работе ООО «Иск «Прайм», поскольку потенциальные потребители зачастую отдают предпочтение другим подрядчикам строительно-монтажных работ.

Покупатели также являются важным фактором внешней маркетинговой среды. ООО «Иск «Прайм» старается максимально эффективно взаимодействовать с покупателями и налаживать долгосрочные контакты с крупными клиентами.

Необходимо провести PEST -анализ ООО «Иск «Прайм».

В таблице 2 представлены факторы, которые значительно влияют на динамику продаж и прибыли ООО «Иск «Прайм».

Таблица 2 – Факторы, влияющие на продажи и прибыль организации в долгосрочной перспективе

Политические факторы Экономические факторы Социально-культурные факторы Технологические факторы

1. Государственное регулирование конкуренции.

2. Государственное регулирование в отрасли.
3. Законодательное влияние на производство.
4. Законы по охране природной среды.
5. Политическая нестабильность в стране.
1. Уровень безработицы и инфляции.
2. Реальная конкуренция.
3. Покупательская способность населения.
4. Налогообложение.
5. Привлекательность отрасли.
1. Бренд, репутация компании, имидж используемой технологии.
2. Демографические изменения.
3. Потребительские предпочтения.
4. Дефицит кадров.
5. Изменения в стиле и уровне жизни.
1. Информация и коммуникации, влияние интернета.
2. Значимые тенденции в области научно-исследовательских, опытно-конструкторских и технологических работ.
3. Развитие технологий
4. Новые продукты
5. Защита интеллектуальной собственности.

На деятельность ООО «Иск «Прайм» влияют различного рода демографические факторы, ряд из которых можно увидеть на рисунке 2.

Рисунок 2 Демографические факторы, влияющие на деятельность ООО «Иск «Прайм»

Важное влияние на хозяйственную деятельность ООО «Иск «Прайм» оказывают демографические изменения. Отмечается улучшение демографической ситуации в России за последние 2 года, в связи с чем, ожидается увеличение прибыли. С ростом населения возрастают потребности в улучшении условий жизни. Например, в расширении жилищных условий. Все больше строится домов, для возведения которых необходимы пиломатериалы и другие строительные материалы. А это способствует повышению спроса на строительные услуги ООО «Иск «Прайм». И уровень коммерческого риска таких организаций сокращается.

4
В таблице 3 можно увидеть динамику численности населения России.

Таблица 3 – Численность населения РФ по годам

Год оценки Все население, млн человек Доля городского населения, млн человек

2018	146,9	109,3
2017	146,8	109,0
2016	146,5	108,6
2015	146,3	108,3
2014	143,7	106,6
2010	142,9	105,3
2003	145,0	106,3
2001	146,3	107,1
1996	148,3	108,3
1991	148,3	109,4

Согласно подсчетам Росстата, в 2018 году в стране проживало 146,9 млн человек. В последние годы ситуация медленно, однако улучшается. Можно с уверенностью сказать, что усилия властей по улучшению ситуации с демографией в стране дают свои пусть пока и небольшие, но плоды.

Например, с 1991 по 2009 годы численность населения страны стремительно падала, но уже с 2010 года негативная тенденция была сломлена и наметился рост, который продолжается и по сей день. Начиная с 2015 года, численность населения страны приросла за счет жителей Крыма и Севастополя, однако, как мы уже говорили, положительная тенденция началась задолго до этого события, и она продолжается после этого события. В таблице 4 представлены компоненты прироста населения России по годам.

Таблица 4 – Компоненты прироста населения России по годам

Год оценки Естественный прирост населения за год, тыс. человек Миграционный прирост населения за год, тыс. человек

2017 -135,8 211,8
2015 32,0 245,4
2011 -129,1 320,1
2009 -248,9 345,2
2007 -470,3 355,1
2005 -846,5 282,1
2003 -888,5 258,5
2000 -949,1 362,6

Женщин в РФ больше, чем мужчин. В процентном соотношении доля мужчин составляет 46%, а женщин, соответственно, 54%. Эта пропорция меняется крайне неохотно, сохраняясь на одном и том же уровне с 2004 года. До этой даты у нас было 47% мужчин и 53% женщин примерно с 1989 года. В 1959 году в стране было только 45% мужчин и 55% женщин, что объяснялось большими военными потерями. В основном же общую ситуацию спасает миграционный прирост. Благодаря приезжим и существенному снижению потерь по естественному приросту численность населения показывает в последние годы положительную динамику. В настоящее время в стране наблюдается и продолжится прирост населения, увеличение количества жителей. Процесс имеет положительную тенденцию. Средний показатель роста населения прогнозируется на отметке в 200 тыс. жителей. Государство хорошо понимает, в каких демографических показателях возможны

5

нежелательные изменения. В связи с этим разработаны различные меры и внедряются программы, стимулирующие улучшение демографической ситуации.

Принимаются меры по поощрению матерей, родивших первенца до 30 лет. Также государство заинтересовано в рождении двух детей мамами, не достигшими 30-ти лет.

Из положительных моментов

1. Данченко Л.А. Маркетинг. Учебник и практикум : учебник для бакалавров / под ред. Л. А. Данченко. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 486 с. — Серия : Бакалавр. Базовый курс.
2. Ерёмин В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации : учебник / В.Н. Ерёмин. — М. : КНОРУС, 2016. — 648 с.
3. Зайков В.П. Финансовый менеджмент: теория, стратегия, организация / В.П. Зайков, Е.Д. Селезнёва, А.В. Харсеева. - М.: Вузовская книга, 2016. - 340 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. - М.: Вильямс, 2016. - 752 с.
5. Лукичёва Т.А. Маркетинг: учебник и практикум для СПО / Т. А. Лукичёва [и др.] ; под ред. Т. А. Лукичёвой, Н. Н. Молчанова. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 370 с. — (Серия : Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-06970-9.
6. Кирильчук С.П. Экономика предприятия : учебник для академического бакалавриата / С. П. Кирильчук [и др.] ; под общей редакцией С. П. Кирильчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 417 с.
7. Кузьмина Е. Е. Предпринимательская деятельность : учеб. пособие для СПО / Е. Е. Кузьмина. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 417 с.
8. Липсиц И.В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 368 с. — Серия : Бакалавр. Академический курс.
9. Морозов Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
10. Карпова С. В. Маркетинговый анализ. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / С. В. Карпова, С. В. Мхитарян, В. Н. Русин ; под общ. ред. С. В. Карповой. — М. : Издательство Юрайт, 2018. — 181 с. — (Серия : Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-05522-1
11. Розанова, Н. М. Экономика для менеджеров. В 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 234 с.

12. Азимов Т. А., Безнощук Л. Ю. Риски в предпринимательской деятельности // Молодой ученый. — 2016. — №10. — С. 578-580. — URL
13. Лужнова Н. В., Дергунова М. И., Мельникова А. В. Опрос как метод маркетинговых исследований // Молодой ученый. — 2015. — №23. — С. 588-591. — URL <https://moluch.ru/archive/103/24081/> (дата обращения: 04.04.2020).
14. Перловская Д. С. Выявление проблемных областей маркетинговой деятельности предприятия // Молодой ученый. — 2017. — №15. — С. 444-447. — URL <https://moluch.ru/archive/149/41993/> (дата обращения: 04.04.2020).
15. Посевина А. Ю. Стимулирование сбыта как основной элемент маркетинговых коммуникаций // Молодой ученый. — 2016. — №2. — С. 566-568. — URL <https://moluch.ru/archive/106/25396/> (дата обращения: 04.04.2020).
16. Сайбель Н. Ю., Печенов А. С. Проблемы развития предпринимательства в России // Молодой ученый. — 2016. — №28. — С. 536-540. — URL <https://moluch.ru/archive/132/36904/> (дата обращения: 04.04.2020).
17. Филиппова Т.А., Мироседи С.А., Лазырина О.В. Исследование маркетинговой среды торгового предприятия – объективная необходимость // Гуманитарные научные исследования. 2017. № 4 [Электронный ресурс]. URL: <http://human.snauka.ru/2017/04/23615> (дата обращения: 04.04.2020).
18. Evstratov A. V. Mergers and acquisitions of companies in the global pharmaceutical market in 1999–2012 / A. V. Evstratov // World Applied Sciences Journal. — 2014. — № 32 (7). — pp 1400–1403.
19. Wilson A. Marketing research: an integrated approach. – FT Prentice Hall, 2018. – 410 с.
20. ООО «Иск «Прайм». [Электронный ресурс]. URL: <https://stroysnab.biz/kontakty> (дата обращения 04.04.2020).
21. Руспрофиль. Каталог фирм [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rusprofile.ru/> (дата обращения 04.04.2020).
22. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://www.gks.ru/> (дата обращения: 04.04.2020).

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/97500>