

www.diplomstudent.net



**Дипломные
работы
на заказ**

**от автора
без предоплаты**

Доклад к дипломной работе на тему: «Система маркетинга в инновационном предпринимательстве на примере предприятия ООО «Оприкс Технолоджи»

Уважаемые члены комиссии! Вашему вниманию предлагается дипломная работа на тему: «Система маркетинга в инновационном предпринимательстве».

Целью дипломной работы является разработка рекомендаций, направленных на совершенствование системы маркетинга в инновационном предприятии. В процессе исследования были решены следующие задачи: рассмотрена сущность маркетинга в инновационном предпринимательстве; проведен анализ существующей системы маркетинга на анализируемом предприятии; разработаны мероприятия, направленные на совершенствование системы маркетинга объекта исследования и оценена экономическая эффективность предложенных мероприятий. Объектом исследования является предприятие ООО «Оприкс Технолоджи». Предмет исследования - система маркетинга инновационного предприятия.

Актуальность темы исследования: «Система маркетинга в инновационном предпринимательстве» является несомненной, так как инновационная деятельность является наиболее прогрессивной формой предпринимательства в рыночных отношениях и играет важную роль в развитии экономики страны, региона и предприятия. Рынок создает реальные возможности для развития научно-технического прогресса. Коренным

отличием инновационной деятельности в условиях рынка является ориентация не на возможности производителя, а на запросы потребителя. Сегодня мало просто произвести инновационный продукт, его необходимо реализовать, охватить большую часть рынка, а это является одной из сложнейших задач в условиях конкурентной борьбы. От того, эффективна ли будет реализация того или иного товара, будет зависеть успех фирмы, повышения ее финансовой устойчивости и конкурентоспособности.

Трудности, возникающие перед компаниями независимо от сферы деятельности, во многом связаны с тем, что менеджмент компаний не знает законов рынка и механизмов его действия. Ситуация ставит перед менеджментом задачи: рационально планировать свою деятельность, поднять качество и конкурентоспособность услуг и фирмы, как обеспечить эффективный сбыт услуг. Маркетинг -это комплексная система организации производства, сбыта продукции и оказания услуг, ориентированная на удовлетворение потребностей конкретных потребителей и получение прибыли на основе исследований и прогнозирования рынка, изучения внутренней и внешней среды предприятия.

Важной функцией маркетинга является планирование, основное содержание которого состоит в разработке и реализации планов маркетинговой деятельности. Выбор целей маркетинговой деятельности, стратегий их достижения, рациональное распределение ресурсов – это те вопросы, на которые должны искать ответы предприятия и организации, работающие в условиях рынка. Основу деятельности маркетинга составляют такие виды работ, как разработка товара, исследования, налаживание коммуникации, организация распределения, установление цен, развертывание службы сервиса.

Маркетинговая деятельность представляет собой комплекс мероприятий, ставящих целью исследование таких вопросов, как: изучение потребителя и исследование мотивов его поведения на рынке; анализ собственно рынка предприятия; исследование продукта (изделия или вида услуг); анализ форм и каналов сбыта и анализ объема товарооборота предприятия; изучение конкурентов, определение форм и уровня конкуренции; исследование рекламной деятельности; определение наиболее эффективных способов продвижения товаров на рынке и изучение «ниши» рынка.

Сегодняшняя активно развивающаяся экономика диктует фирмам и организациям такие условия, в которых, чтобы не остаться за бортом прогресса и бизнеса, они вынуждены постоянно эволюционировать.

Таким образом, чтобы соответствовать времени, его нормам и веяниям, предприниматели должны уметь заинтересовать потенциального клиента, привлечь его новым продуктом или услугой, удержать.

Под предпринимательством следует понимать любую деятельность физических или юридических лиц, занимающихся производственной или иной деятельностью, целью которых является получение прибыли. По видам деятельности предпринимательство можно классифицировать на:

производственное, коммерческое, финансовое, консультативное. В свою очередь производственное предпринимательство подразделяется на инновационное, научно-техническое, производственное потребление товаров и др. Предпринимательство характеризуется высокими рисками, особенно это касается инновационной сферы.

Основным видом деятельности инновационного предприятия является производство и реализация инноваций. Инновация-продукт -это новшество в виде принципиально нового или усовершенствованного продукта, которое продвигается в форме товара на рынок. Инновации классифицируются по различным признакам. По видам деятельности инновации бывают: технологические, социальные, продуктовые, организационные, маркетинговые. По распространенности инновации классифицируются на: единичные и диффузные. По месту в производственном цикле инновации бывают: сырьевые, обеспечивающие (связывающие),продуктовые.

Инновационные предприятия можно также классифицировать в зависимости от стратегии поведения на рынке, так как для успешного функционирования компания должна иметь стратегию развития, соответствующую возможностям фирмы и условиям внешней среды и предполагающую инновационные изменения. В соответствии с этим, выделяют следующие типы инновационного поведения фирм: 1) виоленты; 2) пациенты; 3) эксплеренты; 4) коммутанты.

Несмотря на то, что инновационная деятельность- является одним из самых рискованных видов предпринимательской деятельности, тем не менее, в настоящее время наиболее актуальным развитием, как на уровне государства, так и на уровне предприятия, является развитие инноваций. Однако, на сегодняшний день, доля инновационных товаров занимает небольшой удельный вес в общей структуре производства России. В частности, по состоянию на 2011г.-2012 г. доля инновационных товаров России составила 6,3% и 7,9% соответственно. Однако общий объем реализации инновационных товаров показывает ежегодный рост и по состоянию на 2012 г. было отгружено на сумму 2 872905,1 млн. руб., а это на 207,4% выше по сравнению с тем же показателем 2009 г. Наблюдается и увеличение общего числа организаций, занимающихся инновационными разработками. В частности, доля таких организаций по итогам 2011 г. составила 10,4% , а это выше показателя 2009 г. на 1,1%.

Объектом исследования в дипломной работе является инновационная компания ООО «Оприкс Технолоджи», которая является обществом с ограниченной ответственностью и осуществляет свою деятельность на основании Устава, закона «Об обществах с ограниченной ответственностью», ГК РФ, НК РФ и других нормативно-правовых актов РФ. Компания работает под брендом «Oprix Technology». ООО «Оприкс Технолоджи» -это российский производитель смартфонов, планшетов и зарядных устройств. Возглавляет компанию генеральный директор, ему подчиняются коммерческий директор, директор по производству, начальник отделов кадров, главный бухгалтер и др. Среднесписочная численность

работников предприятия ООО «Оприкс Технолоджи» по состоянию на 2013 г. составляет 425 человек.

Эффективность деятельности предприятия можно оценить по экономическим показателям. Проведенное исследование показало, что в целом деятельность предприятия ООО «Оприкс Технолоджи» нельзя назвать успешной, показатели рентабельности показывают снижение или незначительный рост, компания является финансово-зависимой, так как наибольший удельный вес в общей структуре капитала приходится на заемные источники финансирования. Все это отрицательно сказывается на эффективности деятельности компании и ее подразделений. Положительным фактором является то, что в ближайшее время вероятность наступления банкротства компании очень незначительная. Поэтому необходима стабилизация финансового положения с помощью разработки сильных управленческих решений, направленных на повышение прибыли компании, в том числе и прибыли от продаж.

Для разработки мероприятий, направленных на совершенствование деятельности компании ООО «Оприкс Технолоджи», было проведено исследование организации системы маркетинга. В результате исследования было выявлено, что в настоящий момент на предприятии ООО «Оприкс Технолоджи» организационная структура службы маркетинга организована по принципу товарной маркетинговой структуры. При товарной организации по каждому товару (товарной группе) имеется свой управляющий с подразделением сотрудников: выполняющих все функциональные задачи маркетинга по данному товару (товарной группе). Анализ стратегии качества предприятия ООО «Оприкс Технолоджи» показал, что товары производимые компанией соответствуют качеству, производятся на основании лицензий. Однако товарная стратегия компании оставляет желать лучшего, так как на сегодняшний день компания производит всего 10 наименований товаров. Кроме этого, печальной является и стратегия продвижения. В частности, реализация товаров осуществляется только для оптовых потребителей, компания не имеет Интернет-магазина, при работе с потребителями не применяется программный продукт CRM-система.

В дипломной работе было доказано, что продвижение компании в сети интернет является необходимостью, так как рынок электронной коммерции растет и имеет большой потенциал роста. В связи с этим, создание интернет магазина для предприятия ООО «Оприкс Технолоджи» является необходимостью. Не менее важным фактором повышения системы маркетинга на анализируемом предприятии является внедрение программы по работе с клиентами (CRM – системы).

Целью CRM – систем является привлечение и удержание выгодных клиентов посредством установления и улучшения отношений с ними. Главная задача CRM – систем – это повышение эффективности проектов и услуг, сосредоточенных во «фронт – офисе» и направленных на привлечение и удержание клиентов – в маркетинге, продажах, сервисе и обслуживании, независимо от канала, через который происходит контакт с клиентом. На

сегодняшний день, множеством компаний разработаны программные продукты для взаимодействия с клиентами, однако для анализируемой компании было предложено внедрение программного продукта «РосБизнесСофт CRM». Этот программный продукт имеет больше преимуществ по сравнению с другими видами программного обеспечения. Проведенный расчет экономической эффективности предложенных мероприятий показал, что для реализации данных мероприятий потребуется незначительная сумма, а именно 1100,0 тыс. руб. Финансирование данных мероприятий может осуществляться за счет собственных источников компании ООО «Оприкс Технолоджи». Экономическая эффективность достигается в росте показателей товарооборота, прибыли и рентабельности. Однако, достаточно сложно прогнозировать увеличение объемов продаж от предложенных мероприятий, но тем не менее для прогнозирования объемов продаж от реализации проекта в сети интернет (открытия интернет магазина) был использован опыт лидирующих компаний, занимающихся реализацией электронной техники. Для прогнозирования увеличения объемов продаж от внедрения программного обеспечения по работе с клиентами, исходили из данных, предоставленных компанией –разработчиком РосБизнесСофт CRM, которая утверждает, что внедрение программного обеспечения позволит увеличить продажи как минимум на 20%. Исходя из прогнозируемых объемов продаж и затрат предприятия, были рассчитаны экономические показатели, которые заключаются в росте показателя прибыли более, чем на 70%, рентабельность продаж возрастет на 1,55% и составит после внедрения мероприятий 5,22%. Рассмотренные показатели являются прогнозируемыми, на самом же деле, прибыли и объемы продаж могут быть выше или ниже предполагаемых значений. Однако, какая точно будет достигнута эффективность- покажет время, а сейчас время –внедрения рассмотренных выше мероприятий на предприятии ООО «Оприкс Технолоджи».

Спасибо за внимание!