

Министерство образования и науки Украины
Донбасская государственная
машиностроительная академия

Методические указания к самостоятельным работам

по курсу
«Маркетинг машиностроительного производства»

(для студентов специальности 7.050201 «Менеджмент организации» дневной формы обучения)

Краматорск, 2001г.

УДК

Методические указания к самостоятельным работам по курсу «Маркетинг машиностроительного производства» (для студентов специальности 7.050201 «Менеджмент организации» дневной формы обучения)

Методические указания содержат требования к порядку выполнения и содержание самостоятельных работ по курсу «Маркетинг машиностроительного производства»

Составители М.В.Корж, доцент
О.А.Кондратенко, ассистент

Ответственный
за выпуск Г.А.Коваленко, доцент

Методические указания к самостоятельным работам

по курсу
«Маркетинг машиностроительного производства»

(для студентов специальности 7.050201 «Менеджмент
организации» дневной
формы обучения)

Составители Марина Владимировна Корж
Оксана .Александровна Кондратенко

Редактор Нелли Александровна Хахина

92/2001 Подп. в печать Формат 60 84/16
Офсетная печать Усл. печ.л. 1,43. Уч.-изд.л 1,04.
Тираж экз.

ДГМА. 84313, г. Краматорск, ул. Шкадинова, 72

Введение

В условиях перехода Украины к рыночному механизму хозяйствования имеет место острая конкуренция между производителями, вынужденными прибегать к различным маркетинговым действиям, ориентированным на интенсификацию сбыта выпускаемой продукции. Исходя из этого овладение теорией и практикой маркетинга машиностроительного производства является основным условием эффективного функционирования современного промышленного предприятия.

Особо важное значение для студентов, кроме получаемых теоретических основ маркетинга, имеет получение навыков практического применения этих знаний. Для этого подготовлены самостоятельные работы и методические указания к их выполнению по выбору месторасположения и оценке надежности предприятия.

Предложенные оригинальные методики дают возможность обоснованно выбрать месторасположение предприятия, обуславливаемое критериями целей **ИМП**, а также оценить надежность предприятия путем совмещения внутренней и внешней сфер функционирования игрового малого предприятия.

Самостоятельная работа №1
Месторасположение предприятия

Месторасположение предприятия – это географическое место, на котором собраны производственные факторы.

Факторы месторасположения:

1. Заготовительно-ориентировочные факторы:
 - Земельные участки (их структура, цена покупки и аренды);
 - Сырье, вспомогательные и производственные материалы (цены, транспортные издержки);
 - Рабочая сила (потенциал рабочей силы в зависимости от числа населения и уровня жизни в данном месторасположении: школы, театры, возможность проведения досуга, уровень заработной платы, квалификация рабочей силы, отношение к труду).
2. Факторы месторасположения, ориентированные на изготовление:
 - Естественные особенности (структура почвы, климат);
 - Технические и инфраструктурные особенности (пространственная близость к партнерам по кооперации, к используемой инфраструктуре).
3. Факторы месторасположения, ориентированные на сбыт:
 - Потенциал сбыта (структура населения и соответствующая структура потребления, коммунальная собственность, конкуренция в данной местности, а также репутация местности);
 - Сообщение (магистральные связи, транспортные издержки);
 - Деловые контакты (наличие маклеров, ярмарок, агентов по рекламе).
4. Факторы месторасположения, установленные государством:
 - Система хозяйства (условия и затраты на размещение; хозяйственное и, соответственно, торговое право; право конкуренции; лицензионные и сертификационные предписания; государственные условия для перевода капитала и прибыли; юридические требования к уставу предприятия, к отчетности, бюджетному контролю и гласности; рабочие права; риск; изменение

Таблица 4.

Сфера деятельности	Оценка варианта		Промежуточные параметры					Площадь фигуры Si
	a	b	$c = \sqrt{a^2 + b^2} - 0,85$	$P = 0,5(a + b + c)$	(p-a)	(p-b)	(p-c)	
1. Политико-экономическая								
2. Технико-экономическая								
3. Социально-техническая								
4. Социально-экологическая								
5. экологическая политика								
Сумма								

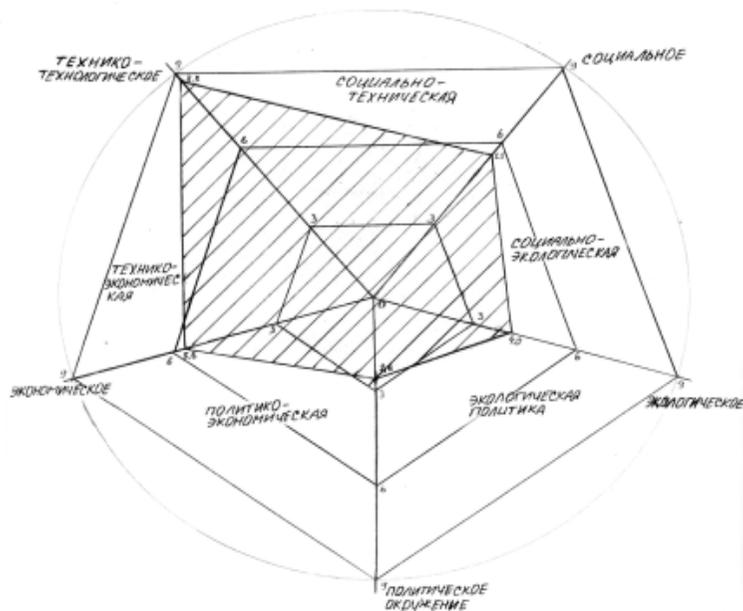


Рисунок 1. Схема многомерной оценки надёжности существования предприятия.

озыительного устройства, т.е. ограничения в деятельности предприятия, перемещения капитала; экспроприация; риск политической нестабильности);

- Регулирование пересечения границ (таможня, законы внешней торговли и управление ими);
- Мероприятия по защите окружающей среды (указы, регулирующие нагрузку на окружающую среду; возмещение вреда, нанесенного окружающей среде; государственные налоги за использование окружающей среды);
- Государственные и коммунальные налоги (виды налогов, размеры налогов; налоговые льготы для определения месторасположения);
- Государственная помощь (субсидии, программы для отсталых в экономическом отношении районов; административная поддержка).

К этим общим факторам месторасположения могут добавиться и другие показатели, обусловленные спецификой соответствующего производства или услуг (например, привлекательный ландшафт для развития туризма); требования трудящихся (например, в интеллектуальном производстве требуется иметь поблизости многообразное культурное предложение). Факторы месторасположения приобретают вес в соответствии с той или иной ситуацией.

Факторы месторасположения в соответствии с критериями целей предприятия должны оцениваться уже в процессе взвешивания, а затем в процессе измерения или оценки их действенности.

Экономические критерии цели:

- Успех и, соответственно, прибыль (в качестве основного общего критерия);
- Объем оборотов;
- Доля на рынке.

Неэкономические критерии цели:

- Политическое влияние;
- Научно-техническая пиковая позиция;
- Стабильный рост и надежность предприятия;
- Экологическая стабильность;
- Социальная стабильность;

- Положительный рабочий и производственный климат;
- Престиж;
- Сохранение самостоятельности предприятия;
- Устранение перегрузки менеджмента.

Критерии цели «успех» (прибыль) осуществляется определением или, соответственно, оценкой эффективности соотношения входов и затрат для каждого месторасположения.

Достижение других экономических критериев. Достижение других экономических критериев цели (например, объёмы оборота, доля на рынке) и всех неэкономических критериев цели (например, престиж, социальная стабильность) устанавливается, как правило, в сравнении с критерием «успех» и друг с другом.

После взвешивания для каждого критерия необходимо разработать шкалу и установить минимальные требования для каждого сектора месторасположения. Шкала должна быть выбрана таким образом, чтобы без особых трудностей можно было бы внести результаты оценки всех факторов месторасположения в одно общее суждение.

Для решения общих моделей удобны, например, методы анализа полезной стоимости (Scoring – методы).

В основу этих методов заложена многомерная система целей, которая обладает монетарными и немонетарными параметрами. Альтернативы месторасположения проявляются с точки зрения того, как они выполняют отдельные критерии цели. Если известны возможные альтернативы месторасположения, то определяются конечные приносы. Это, по меньшей мере, предполагает однозначное определение цели и её весомости.

Исходя из этого устанавливаются номинальные, ординальные и соответственно, кардинальные шкалы для каждой цели и устанавливается соответствующее предпочтение для принятия решения.

Это осуществляется посредством задания оценочных объектов, причём для каждой цели, каждому уровню её исполнения вводится в соответствие одно и то же значение.

С помощью умножения единичных целевых значений на относительные целевые веса и сложения полученных произведе-

4. Оценка шансов на успех

Для количественной оценки шансов предприятия на успех применяется модель в форме круга, в котором выделяется столько одинаковых радиальных секторов, сколько сфер деятельности предприятия вы анализировали: на рис. 1 представлено 5 секторов, но их может быть и больше. По каждой оси наносится количественная оценка соответствующей сферы деятельности из табл.3, полученные точки соединяются линиями. Построенный на данных оценках многоугольник, в частности его площадь, и выражает оценку успешности существования игрового предприятия в условиях меняющегося внешнего окружения.

Расчет площади многоугольника следует проводить по табл. 4, в которой параметры «А» и «В»-это параметры двух соседних осей многоугольника в направлении по часовой стрелке.

Количество анализируемых треугольников соответствует количеству анализируемых сфер деятельности, а сумма по площадям треугольников для различных сфер деятельности и определяет шансы предприятия на успех.

В качестве критерия понимается соотношение площадей, выделяется три предельных значения:

- Зона лидерства - от 13,50 до 20,34;
- Зона уверенности - от 6,78 до 13,40;
- Зона повышенного риска до 6,77

Например, расчетная площадь многоугольника составляет 15,4. Это означает, что намеченные направления деятельности учебного предприятия обеспечат ему устойчивое различие в перспективе. Если же площадь составляет, например, 6,3, то следует пересмотреть направление деятельности предприятия.

Продолжение таблицы 2.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
аркетинг	<ul style="list-style-type: none"> • Продуктовая политика. • Ассортимент и его разнообразие. • Качество: <ul style="list-style-type: none"> • производственных процессов; • продукции; • имидж качества. • Ценовая политика: <ul style="list-style-type: none"> • уровень цен и группы потребителей по доходам; • скидки и надбавки; • условия платежей. • Коммуникационная политика. • Рекламная деятельность: <ul style="list-style-type: none"> • концепция рекламы; • бюджет на рекламу; • средства рекламы. • Политика продаж: <ul style="list-style-type: none"> • персональные продажи; • обучение продавцов; • деловые отношения. • Требование продаж: <ul style="list-style-type: none"> • участие в ярмарках. • Торговая марка товара 										
менеджмент предприятия	<ul style="list-style-type: none"> • Система планирования • Оперативное управление • Контроль за исполнением принятых решений • Рациональность оргструктуры по критерию «центров прибыли» 										

Таблица 3

Анализ соответствия тенденций развития направлениям деятельности

Сфера деятельности политическая	Оценка								
	Отстает			Соответствует			Опережает		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Производство									
Финансы									
Услуги									
Маркетинг									
Управление предприятием									
Общая оценка									

ний получают полезную стоимость (общая стоимость цели) для альтернативы месторасположения. В этом случае предпочтение отдаётся той альтернативе решений, которая имеет максимальную полезную стоимость.

Пример

Международное предприятие, изготавливающее конторское оборудование, хотело бы создать в Украине отраслевое предприятие, чтобы можно было снабжать данный регион с наименьшими затратами.

Ему предложили два производственных месторасположения:

- месторасположение К (альтернатива a_1);
- месторасположение D (альтернатива a_2).

Решающими целями являются низкие издержки на производство Z_1 , долгосрочная надёжность рынка Z_2 и надёжная закупка материалов Z_3 . другими целями сразу пренебрегаем. На эти цели влияют оказывают факторы. В качестве важнейших факторов выбираются расстояние для транспортировки f_1 , издержки для кооперации f_2 и поддержка местным управлением f_3 . расчеты показывают, что расстояние при транспортировке для месторасположения К (альтернатива a_1) в два раза больше, чем месторасположение D (альтернатива a_2), то есть имеем удвоенное влияние показателя для D.

Факторы	Цель Z_1			Цель Z_2			Цель Z_3		
	f_{11}	f_{12}	f_{13}	f_{21}	f_{22}	f_{23}	f_{31}	f_{32}	f_{33}
Альтернатива a_1	l_{111}	l_{112}	l_{113}	l_{121}	l_{122}	l_{123}	l_{131}	l_{132}	l_{133}
Альтернатива a_2	l_{211}	l_{212}	l_{213}	l_{221}	l_{222}	l_{223}	l_{231}	l_{232}	l_{233}

Для этого мы разрабатываем следующую матрицу:

Цели взвешиваются следующим образом:

- низкие издержки на производство – $Z_1=0,6$;
- долгосрочная надёжность рынка – $Z_2=0,2$;
- надёжная закупка материалов – $Z_3=0,2$.

каждым направлением деятельности (основной функцией, этап 2).

По каждой сфере деятельности составляется отдельная таблица, в которой указываются оценки по каждому виду деятельности и основной функции. Вычисляется и указывается также среднее значение оценки по каждой таблице. Образец оформления – л.3.

В результате выполнения этапа 3 формируется ряд оценок соответствия планируемой деятельности учебного предприятия. Количество оценок определяется количеством избранных для анализа сфер деятельности.

Таблица 1.

Выявление тенденций развития ситуации на рынке

Сфера деятельности	Критерии	Ситуация сегодня	Тенденция развития
1	2	3	4
политическая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стабильность политической ситуации. 2. Тенденция глобальных политических процессов. 3. Тенденции экономической политики. 4. Тенденция в законодательстве о труде. 5. Влияние профсоюзов. 6. Свобода предпринимательства. 7. Соотношение в управлении между исполнительной и представительной властью. 8. Стабильность государственных структур 		
экономическая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Тенденция формирования национального дохода. 2. Кооперативные связи: внутри региональные и межрегиональные, т.ч. международные. 3. Инфляция. 4. Положение на рынке капитала. 5. Ожидаемое изменение конъюнктуры. 6. Инвестиционная политика. 7. Приоритеты в развитии важных секторов экономики. 8. Стабильность цен. 9. Тенденция на рынке потребитель/ производитель. 		
технологическая – экологическая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура основного капитала. 2. Производственные технологии. 3. Серийность выпуска продукции. 		
логическая	<ol style="list-style-type: none"> 1. Используемая энергия для производства. 2. Наличие гарантированных сырьевых ресурсов. 3. Требования экологического законодательства. 4. Перспективы утилизации упаковки. 5. Утилизация комплектующих элементов, запасных частей, эксплуатационных материалов. 6. Использование природных ресурсов в производ- 		

Таким образом, месторасположение D (альтернатива a_2) благоприятнее, чем месторасположение K (альтернатива a_1).

Вследствие того, что чаще всего появляется большое число важных параметров цели, а также из-за трудностей, которые появляются при необходимости количественной оценки конечных приносов альтернатив, для решения проблемы месторасположения на практике редко используют аналитические общие модели, а применяют для этого подробные чековые списки.

Самостоятельная работа №2

Оценка надежности предприятия.

Методика количественной оценки шансов на успех предпринимательской фирмы (учебного предприятия) включает четыре основных этапа:

1. Анализ внешнего окружения предприятия;
2. Анализ сильных и слабых сторон предприятия;
3. Анализ соответствия тенденций развития внешнего окружения планируемым направлениям деятельности предприятия;
4. Количественная оценка шансов на успех.
- 5.

1. Анализ внешнего окружения предприятия

Выполняется в табличной форме (табл.4) по выбранному перечню направлений (сфер) деятельности предприятия и соответствующему ему перечню критериев.

Внешнее окружение предприятия относится к классу слабо структурированных объектов управления, которые описываются только словесно и на основе тенденций, выявляемых в ходе опроса.

Следует выделить не менее 5 сфер деятельности предприятия, например:

- Экономическая ситуация;
- Правовая ситуация;
- Политическая ситуация;
- Экологическая ситуация;
- Социально-демографическая ситуация и т.п.

При составлении перечня сфер деятельности по конкретному учебному предприятию следует выделить значимые сферы именно для данного предприятия и соответственно формулировать критерии. Например, для технологической сферы деятельности в качестве критериев могут быть приняты следующие: производственные технологии; замещение технологий; серийность выпуска продукции; типология применяемой оснастки.

2. Анализ сильных и слабых сторон

Выполняется в табличной форме (табл. 5) в разрезе основных функциональных сфер деятельности предприятия. Перечень основных функций составляется с учетом конкретных особенностей предприятия, включая основные функции управления: производство, финансы, кадры, маркетинг, менеджмент предприятия.

В графе «Ожидаемое состояние» указываются критерии экспертной оценки, например:

- Основная функция-маркетинг;
- Критерий-качество продукции;
- Ожидаемое состояние для продукции А предприятие достигло более высокой надежности по сравнению с конкурентами, по продукции Б конкуренция равнозначна.

Оценку возможностей реализации описанных критериев и состояний на предприятии следует осуществлять на основе сформировавшихся в обществе представлений о среднеотраслевом /средне предпринимательском/ уровне управления на аналогичных предприятиях. Количественная оценка устанавливается по девяти бальной системе, причем выбор конкретной оценки определяется состоянием фактической ситуации на предприятии сегодня и в перспективе и уровнем соответствия динамики ее изменения среднеотраслевой динамике.

Если средняя оценка функции по всем критериям превышает 4, то предлагаемое решение можно рассматривать в дальнейшем, если же менее 4, то необходимо внести соответствующие изменения. Все оценки ниже 3 следует рассматривать как слабые места в будущей системе.

В результате выполнения этапа 2 выявляется оценка функциональной структуры игрового предприятия, сильные и слабые стороны в его деятельности.

3. Анализ соответствия тенденций развития внешнего окружения планируемым направлениям деятельности.

Анализ соответствия выполняется табличным методом путем сравнения каждой тенденции (сферы деятельности, см. этап 1) с