

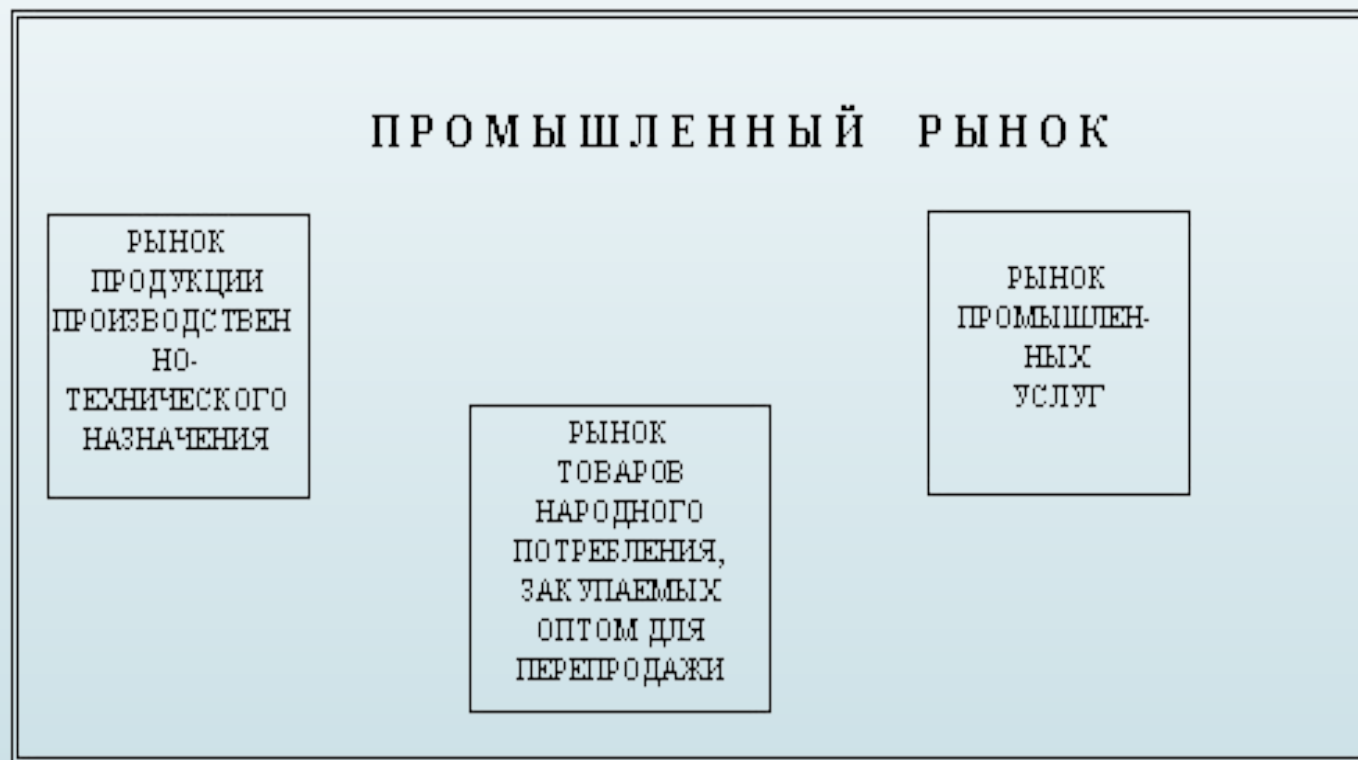


Отраслевые особенности российского промышленного маркетинга

Студент: Калинин Илья

Группа: ЭН-340015

Структура промышленного рынка.



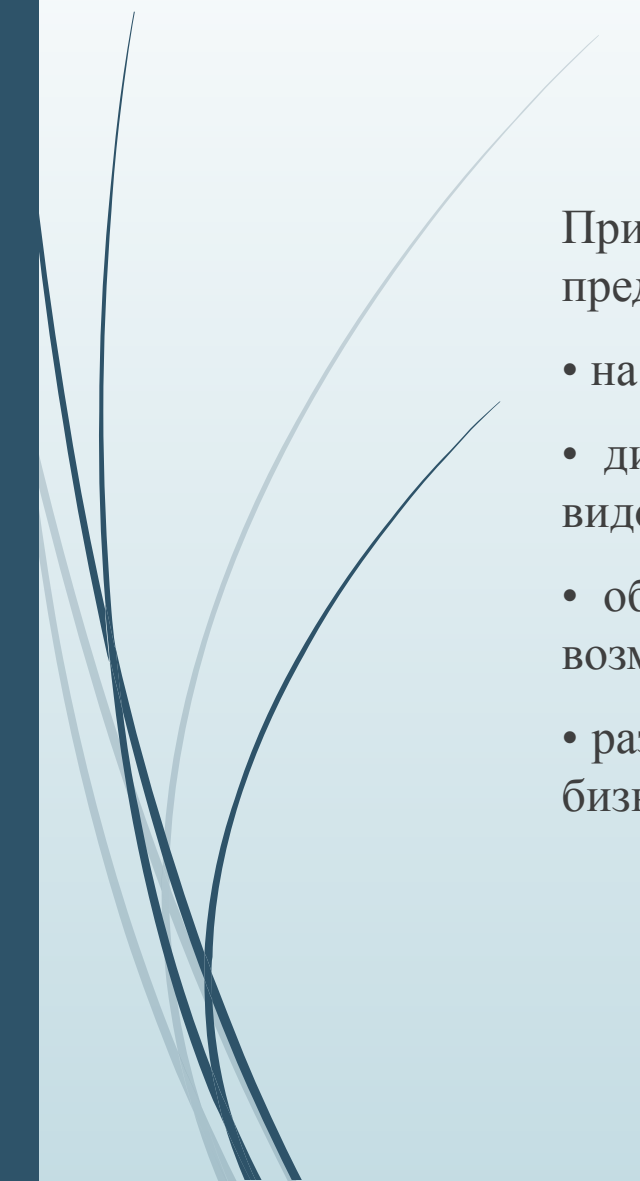
Актуальные промышленные отрасли на российском рынке.





Отраслевые особенности российского промышленного маркетинга.

При осуществлении хозяйственной и коммерческой деятельности промышленное предприятие должно ориентироваться:

- на потребителя в целях обоснования четких ориентиров на спрос покупателей;
 - диверсификацию для повышения рыночной устойчивости за счет освоения новых видов продукции и услуг;
 - обеспечение единства стратегии и тактики рыночного участия с учетом реальных возможностей компании и ее скрытых резервов;
 - развитие социально-деловой активности в рамках приоритетов социальной ориентации бизнеса для повышения ответственности за результаты труда.
- 

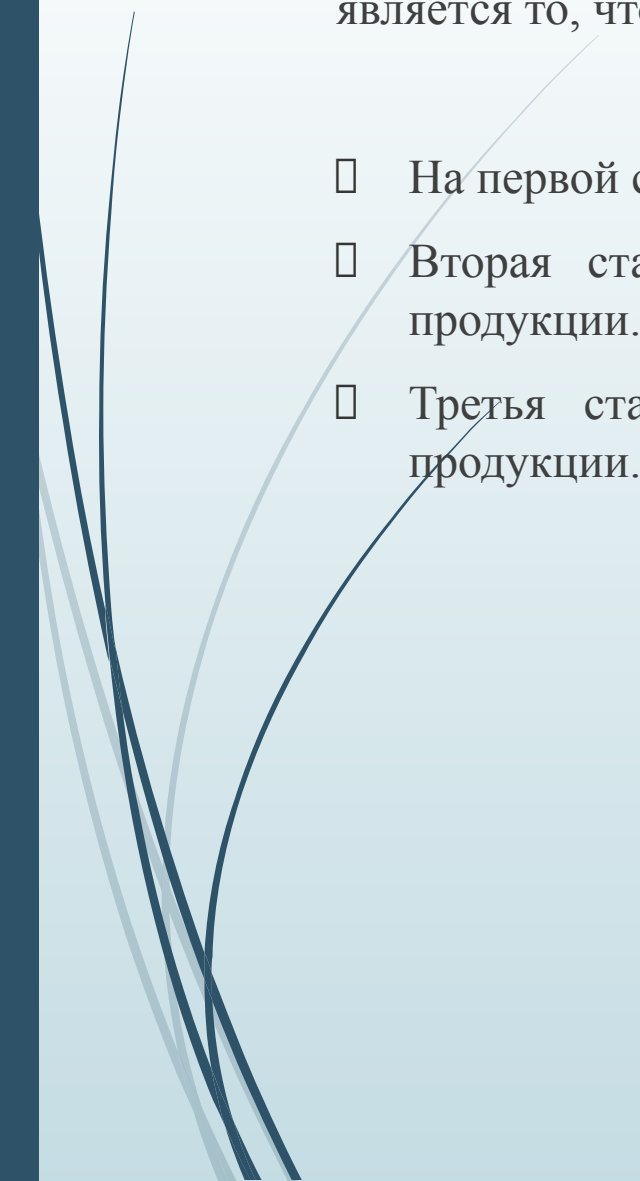


Коммерческая деятельность промышленных предприятий России во многом определяется состоянием экономики страны, которая характеризуется:

- огромным наплывом импорта, что создало условия для жесточайшей конкурентной борьбы за потребителя;
- ориентацией многих российских предприятий на производство продукции для потребителей с высоким уровнем доходов, особенно в части строительства жилого сектора, что привело к дальнейшему огромному разрыву между богатыми и бедными группами населения;
- отсутствием возможностей у предприятий отраслей обрабатывающей промышленности расширить рынки сбыта за счет экспорта из-за низкого качества и высоких по сравнению с мировым уровнем затрат на производство;
- увеличением доли крупных оптовиков в общем объеме реализации продукции, и особенно в отраслях пищевой и легкой промышленности;
- ростом цен на энергоносители и увеличением транспортных тарифов, что приводит к снижению экспортных возможностей предприятий.

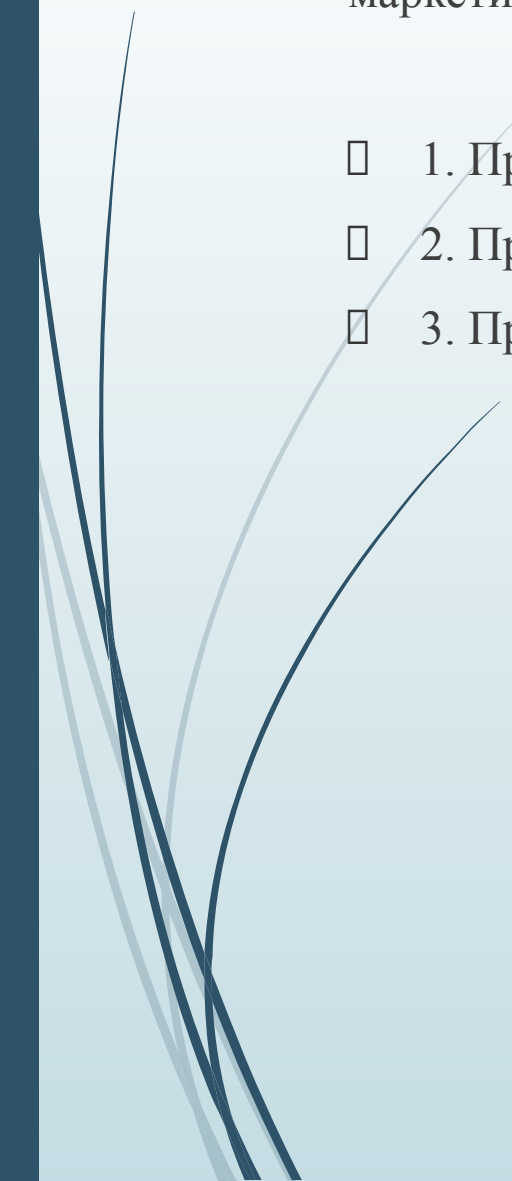


Особенностью промышленных предприятий в осуществлении предпринимательской деятельности является то, что они вынуждены пройти три стадии кругооборота промышленного капитала.

- На первой стадии происходит закупка ресурсов.
 - Вторая стадия предполагает выполнение производственного цикла по изготовлению готовой продукции.
 - Третья стадия кругооборота промышленного капитала завершается в форме сбыта готовой продукции.
- 



Для достижения цели промышленным предприятиям необходимо соблюдать следующие принципы маркетинга:

- 1. Принцип системности и комплексности маркетинговых исследований.
 - 2. Принцип интегрированных маркетинговых коммуникаций.
 - 3. Принцип социально-деловой активности.
- 

Маркетинг авиационной промышленности.

К основным мерам, стимулирующим внутренний спрос на продукцию отечественных производителей авиационной техники, относятся:

- Частичное бюджетное субсидирование покупателей отечественной авиационной техники.
- Налоговые освобождения и льготы на приобретение и эксплуатацию отечественной авиационной техники.
- Развитие лизинговых продаж отечественной авиационной техники.
- Введение различных ограничений (квоты, ограничения по срокам эксплуатации, другим техническим параметрам) и импортных пошлин на авиатехнику зарубежного производства.

Двигатель ПД-14





Маркетинг транспорта газа.

Параметры изменения регулируемых оптовых цен на газ определяются Правительством Российской Федерации

Надежность функционирования газотранспортной системы обеспечивается благодаря внедрению прогрессивных методов диагностики, своевременному проведению капитального ремонта и планово-предупредительных работ.

Например, в компании «Газпром» используется

- 1) Современная система планирования капитальных ремонтов
- 2) Отдача приоритета объектам, ремонт которых даст максимальный эффект.

Такой подход позволяет :

- 1) Одновременно повышать уровень технической надежности производственных объектов.
- 2) Оптимизировать объем выполняемых работ
- 3) Эффективно расходовать финансовые ресурсы.

