

**Совершенствование эффективности процессов  
управления сбытовой деятельностью на  
предприятии ООО "Хеленпро"**

**Выполнил: Новиков А.**

**Руководитель ВКР:**

**Овчаренко Я.Э., к.э.н., доцент**

**Цель исследования** - разработка предложений по совершенствованию управления сбытовой деятельностью молока в ООО «Хеленпро».

**Задачи:**

- изучить теоретические аспекты управления сбытовой деятельностью;
- дать организационно-экономическую характеристику ООО «Хеленпро»;
- исследовать особенности управления сбытовой деятельностью организации;
- разработать мероприятия по совершенствованию управления сбытовой деятельностью в ООО «Хеленпро».

**Объектом исследования** является организация ООО «Хеленпро».

**Предмет исследования** – совершенствование управления сбытовой деятельностью.

**Сбытовая деятельность** - это конечный результат работы предприятия, процесс продвижения конечной (промежуточной) продукции на рынок и ее реализация организациям-потребителям.

**Управление сбытовой деятельностью** - это управление движением товаров (продукции предприятия) и коммерческими отношениями в процессе сбытовой деятельности с использованием сбытовых механизмов.

**Основные экономические показатели деятельности ООО «Хеленпро», за 2014 – 2016 гг.**

Показатели	Год			Изменение (+ ; -)	
	2014 г.	2015 г.	2016 г.	2015 г. к 2014г.	2016 г. к 2015г.
Выручка от продажи товара (тыс. руб.)	14054,4	14304,6	14311,8	250,2	7,2
Себестоимость проданного товара (тыс. руб.)	13765,5	13965,6	13937,0	200,1	-28,6
Валовая прибыль (тыс. руб.)	1288,9	1339,0	1374,8	50,1	35,8
Уровень рентабельности	9,4	9,4	9,9	0	+ 0,5 пп
Численность работающих, чел.	7	7	7	0	0
Среднегодовая стоимость основных средств, тыс. руб.	1381,5	1411,3	1470,05	29,8	58,75
Фондоотдача, руб.	10,2	10,1	10,4	-0,1	+0,3

Диапазон цен на товары ООО «Хеленпро»

Вид обуви	Ед. изм.	Диапазон цен, руб. (min – max)			
		Отечественная	Импортная		
			Дорогая	Ср.ур-нь	Дешевая
1. Традиционная обувь:					
1.1. Сапожки, ботинки утепленные	руб.	1400-3500	6000-10000	2800-4500	1000-1200
1.2. Сапожки, ботинки неутепленные	руб.	1200-3900	5000-7500	2600-4700	1000-1200
1.3. Полуботинки, туфли на кожаной подошве	руб.	1600-3500	4200-6000	2500-3700	1250-1400
1.4. Полуботинки, туфли на резиновой подошве	руб.	1200-3000	3900-4500	370-680	1350-2000
1.5. Сандалеты, туфли летние	руб.	1500-2500	3900-5000	2350-3850	1500-2000
1.6. Туфли модельные	руб.	2250-3850	4200-5750	3000-4200	2200-3000
2. Спортивная обувь	руб.	1900-3400	3700-4750	2340-3700	1550-2320

## Ёмкость обувного рынка Электрогорска и прилегающих населенных пунктов

Типы ёмкости рынка	Ёмкость рынка, %	Ориентировочная ёмкость рынка, тыс. руб.
Потенциальный	100	126000
Доступный	60	75600
Квалифицированный	50	63000
Освоенный	11,3	14311

## Характеристика предлагаемого ассортимента обуви участниками рынка обуви в г. Электрогорск

Наименование организации	Доля в объеме продаж, %		
	Мужская обувь	Женская обувь	Детская обувь
ООО «Модис»	37,4	44,5	18,1
ООО «Монро»	33,8	51,0	15,2
ООО «Никитинский»	40,1	42,7	17,2
ИП Алексеев «ЦентрОбувь»	51,9	48,1	0,0
ООО Открытый рынок «Электрогорский»	36,5	48,8	14,7
ООО «Хеленпро»	45,2	54,8	0,0

## Доля рынка, занимаемая ООО «Хеленпро» и конкурентами

Организация	Занимаемая доля рынка, %
ООО «Модис»	20,7
ООО «Монро»	25,4
ООО «Никитинский»	12,5
ИП Алексеев «ЦентрОбувь»	18,2
ООО Открытый рынок «Электрогорский»	12,9
ООО «Хеленпро»	10,3



## Сбытовые стратегии

```
graph TD; A[Сбытовые стратегии] --> B[Сбытовые стратегии по отношению к конкурентным рынкам сбыта продукции]; A --> C[Сбытовые стратегии по отношению к продукту]; B --> D["1. Глубокое проникновение на рынок<br>2. Увеличение доли фирмы на рынке<br>3. Стратегия реструктуризации рынка"]; C --> E["1. Стратегия ассортимента и номенклатуры<br>2. Стратегия продаж<br>3. Стратегия по этапам жизненного цикла<br>4. Ценовая стратегия"];
```

Сбытовые стратегии по отношению к конкурентным рынкам сбыта продукции

1. Глубокое проникновение на рынок
2. Увеличение доли фирмы на рынке
3. Стратегия реструктуризации рынка

Сбытовые стратегии по отношению к продукту

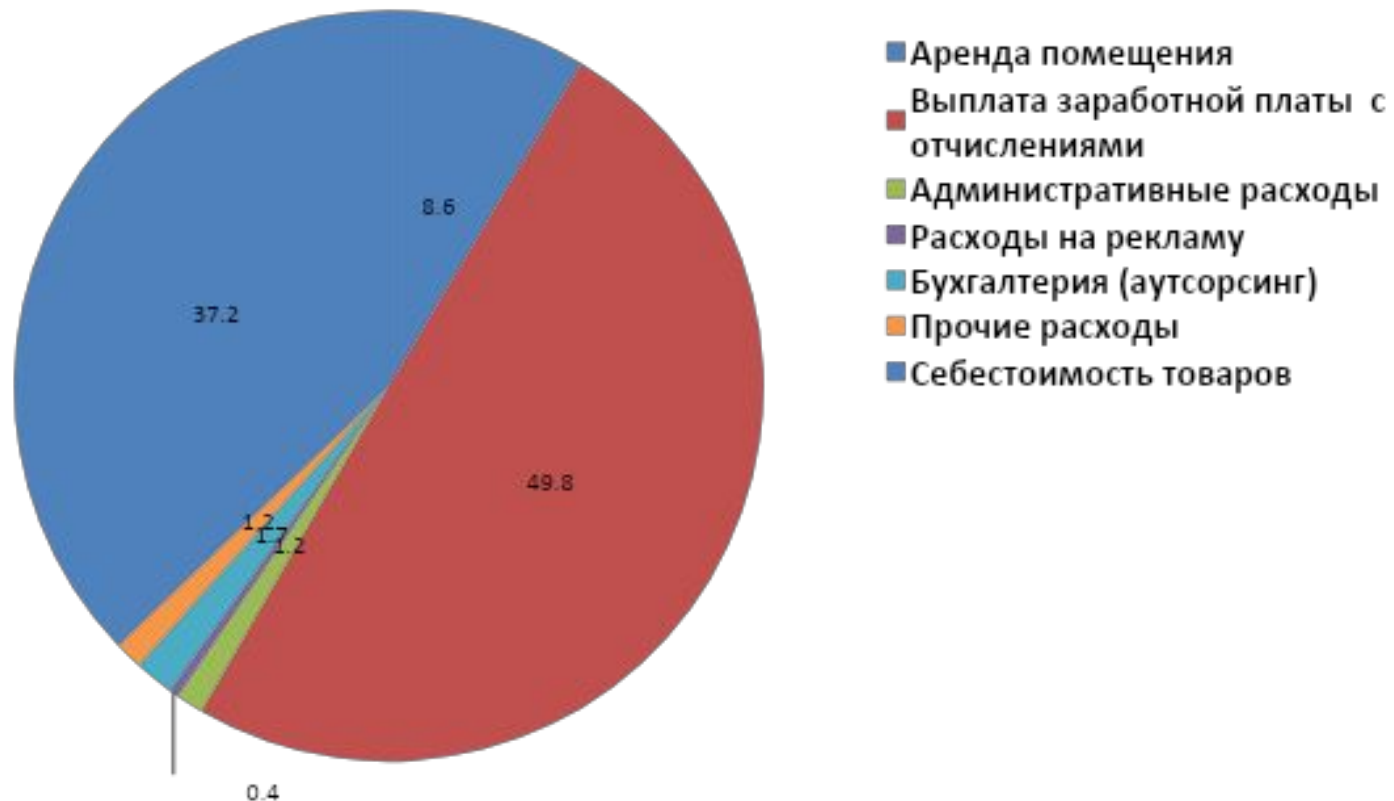
1. Стратегия ассортимента и номенклатуры
2. Стратегия продаж
3. Стратегия по этапам жизненного цикла
4. Ценовая стратегия

Структура затрат на оборудование нового магазина ООО «Хеленпро»



# Слайд 11

Структура затрат, связанных с текущей деятельностью магазина детской обуви ООО «Хеленпро»



**Изменения в доле рынка, занимаемой ООО «Хеленпро»  
в сравнении с основными конкурентами**

Организация	Доля рынка, %
ООО «Модис»	19,5
ООО «Монро»	24,2
ИП Алексеев	17,0
«ЦентрОбувь»	
ООО «Хеленпро»	16,2
ООО Открытый рынок	11,8
«Электрогорский»	
ООО «Никитинский»	11,3

**Ожидаемое изменение основных показателей деятельности ООО «Хеленпро»  
в результате реализации предлагаемых мероприятий**

Показатели	2016 г.	Проект	Проект в % к 2016 г.
Выручка от продажи товара, тыс. руб.	14311,8	19936,8	139,3
Себестоимость проданного товара, тыс. руб.	13937,0	17107,04	122,7
Прибыль, тыс. руб.	1374,8	2829,76	205,8
Уровень рентабельности, %	9,9	16,5	+6,6 пп

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**