

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Тихоокеанский государственный университет»



ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Тема СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА НА ПРЕДПРИЯТИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЛАДИЯ»)**

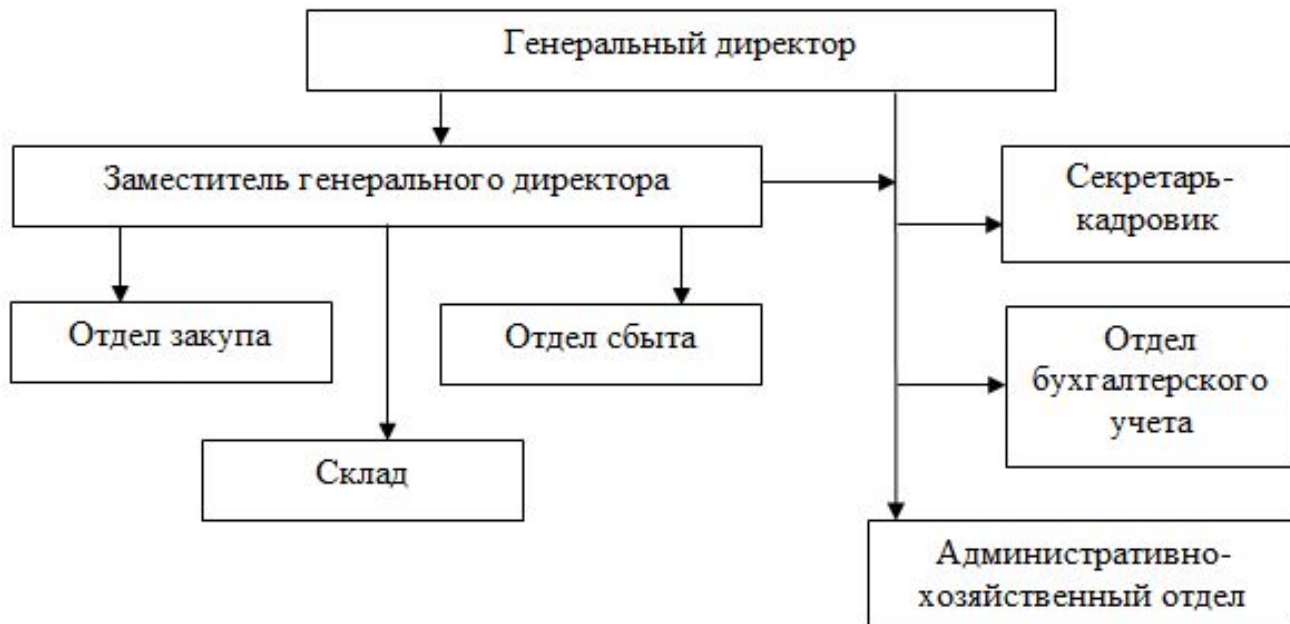
Студент Давыдов А. Н.

Руководитель работы Червова Н.В.



Организационная структура управления ООО

«Полиа»



Показатель	Год, человек			Удельный вес, %		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Среднесписочная численность персонала, всего, в том числе	18	16	15	100	100	100
По категориям						
руководители	2	2	2	11,11	12,50	13,33
служащие	14	13	12	77,78	81,25	80,00
обслуживающий персонал	2	1	1	11,11	6,25	6,67
По гендерному признаку						
женщины	15	13	12	83,33	81,25	80,00
мужчины	3	3	3	16,67	18,75	20,00
По возрасту						
от 25 до 35 лет	6	7	9	33,33	43,75	60,00
от 36 до 45 лет	10	8	5	55,56	50,00	33,33
старше 46 лет	2	1	1	11,11	6,25	6,67

Ассортимент продаваемой продукции ООО «Ладия»

Показатель	Год, тысяч рублей			Абсолютное отклонение, тыс. р.		Удельный вес, %		
	2018	2019	2020	2019/ 2018	2020/ 2019	2018	2019	2020
Птица	82 007	84 498	55 072	2 491	-29 426	20,51	21,15	20,97
Свинина	136 746	159 208	103 552	22 463	-55 656	34,2	39,85	39,43
Говядина	86 046	62 964	41 599	-23 082	-21 365	21,52	15,76	15,84
Телятина	38 745	29 924	18 305	-8 821	-11 619	9,69	7,49	6,97
Баранина	30 708	24 970	16 151	-5 738	-8 819	7,68	6,25	6,15
Стейки	3 998	2 996	2 075	-1 002	-922	1	0,75	0,79
Полуфабрикаты мясные, фарши, сало	18 153	26 129	19 277	7 976	-6 852	4,54	6,54	7,34
Суповые наборы	3 439	8 829	6 592	5 391	-2 238	0,86	2,21	2,51
Итого товарооборот	399 841	399 519	262 623	-322	-136 896	100	100	100





Основные финансово-экономические показатели ООО «Ладия»

Показатель	Год			Абсолютные отклонения		Темп роста, %	
	2017	2018	2019	2018 / 2017	2019 / 2018	2018 / 2017	2019 / 2018
Выручка, тыс. р.	399 841	399 519	262 623	-322	-136 896	99,92	65,73
Себестоимость, тыс. р.	381 741	382 871	249 369	1 130	-133 502	100,30	65,13
Валовая прибыль, тыс. р.	18 100	16 648	13 254	-1 452	-3 394	91,98	79,61
Удельные затраты, тыс. р.	0,95	0,96	0,95	0,01	-0,01	101,05	98,96
Прибыль от продаж, тыс. р.	9 443	9 372	4 537	-71	-4 835	99,25	48,41
Прочие доходы, тыс. р.	0	0	6	0	6	-	-
Прочие расходы, тыс. р.	3 619	3 365	4 111	-254	746	92,98	122,17
Чистая прибыль, тыс. р.	4 659	4 806	93	147	-4 713	103,16	1,94
Рентабельность продаж, %	2,36	2,35	1,73	-0,01	-0,62	99,58	73,62
Рентабельность продукции, %	2,47	2,45	1,82	-0,02	-0,63	99,19	74,29
Среднесписочная численность, чел.	18	16	15	-2	-1	88,89	93,75
Годовая выработка на 1 работника, тыс. р./чел.	22 213	24 970	17 508	2 757	-7 462	112,41	70,12
Годовой фонд оплаты труда, тыс. р.	7 711	7 097	7 041	-614	-56	92,04	99,21
Среднемесячная заработная плата, тыс. р.	35,70	36,96	39,11	1,26	2,15	103,53	105,82
Стоимость ОПФ, тыс. р.	3 012	3 698	2 563	686	-1 135	122,78	69,31
Финдоотдача, р./р.	132,75	108,04	102,47	-24,71	-5,57	81,39	94,84
Дебиторская задолженность, тыс. р.	10 800,00	6 859,00	5 530,00	-3 941	-1 329	63,51	80,62
Кредиторская задолженность, тыс. р.	4 753,00	4 970,00	3 609,00	217	-1 361	104,57	72,62
Соотношение КЗ/ДЗ	0,44	0,72	0,65	0,28	-0,07	163,64	90,28
Период оборота дебиторской задолженности, дней	9,86	6,27	7,69	-3,59	1,42	63,59	122,65
Период оборота кредиторской задолженности, дней	4,34	4,54	5,02	0,2	0,48	104,61	110,57

Средства маркетинговой коммуникации ООО

«Ладия»

Реклама	Стимулирование продаж	Обработка общественного мнения (PR)	Прямой маркетинг
Брошюры	Ярмарки и специализированные выставки	Связи с клиентами	Торговые презентации
Рекламные щиты			Торговые совещания
Демонстрации	Ценовые скидки		Образцы

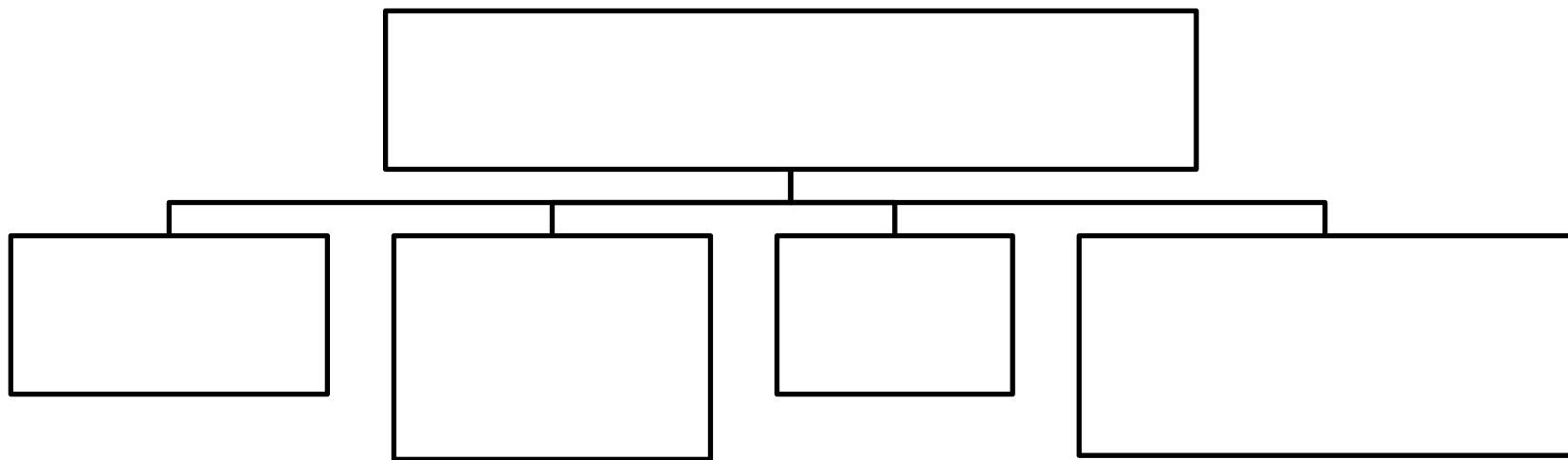
Канал сбыта (оптовые покупатели)	Доля в общем объеме			Изменение +/-, %
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	
Крупные торговые центры	82	80	79	-3
Кафе и рестораны	10	9	11	1
Магазины «у дома»	4	8	6	2
Торговые павильоны	4	3	4	0

Сильные стороны	Слабые стороны
1) Вся реализуемая компанией продукция сертифицирована и соответствует ГОСТ, требованиям России и Европы. 2) Профессионализм сотрудников.	1) Консервативная структура управления. 2) Нет исследований целевой аудитории. 3) Зависимость от поставщиков. 4) Нет сети посредников.
Возможности	Угрозы
1) Появление новых потребностей у клиентов. 2) Мода на все экологически чистое. 3) Интернет-среда и компьютеризация.	1) Появление значительного количества конкурентов с собственными производствами, предлагающими продукцию по относительно низким ценам. 2) Изменение требований к продукции на законодательном уровне. 3) Частая смена вкусовых предпочтений. 4) Снижение покупательской способности населения.





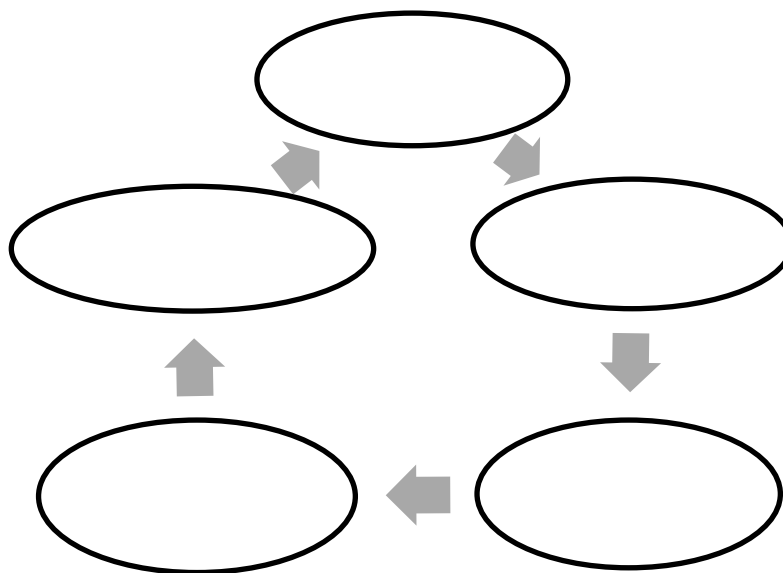
Предлагаемые мероприятия по стимулированию рынка сбыта





Предлагаемые мероприятия по стимулированию рынка сбыта

<ul style="list-style-type: none">•затраты на оплату рекламных роликов, баннеров и т.п., то есть их размещение в прессе, по радио, на телевидении, в наружной или печатной рекламе	<ul style="list-style-type: none">•затраты по созданию и производству материалов для рекламы: печать рекламного плаката, производство рекламного ролика, оплата гонораров селебрити, дизайн макета рекламы в печатных журналах и газетах, прочее	<ul style="list-style-type: none">•затраты на производство расходных мелких материалов для проведения маркетинговых мероприятий: каталоги для покупателей и торгового персонала, листовки, брошюры, конверты, ручки с логотипом	<ul style="list-style-type: none">•затраты на создание, продвижение сайта, техническое обслуживание сайта, создание контента, оплату хостинга, продвижение в различных социальных сетях, контекстную рекламу	<ul style="list-style-type: none">•затраты на проведение различных промо-акций для конечного потребителя и на акции для торговых представителей, затраты на торговое оборудование и POS-материалы



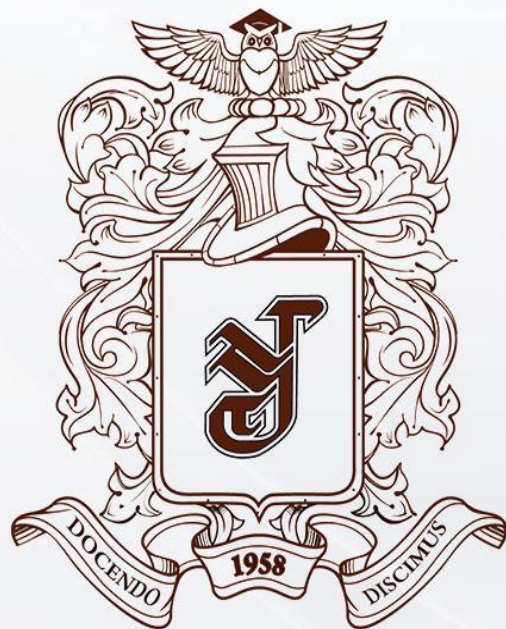


Эффективность мероприятий по стимулированию рынка сбыта

Наименование затрат	Сумма, тыс р.
Обучение технике эффективных продаж / единоразово	10
Расходы по премированию / мес.	20
Итого	30

Расходы	Сумма, тыс р.
Затраты на запуск и организацию работы сайта	80
Реклама и продвижение	300
Работа курьера	343
Итого	723

Мероприятие	Экономический эффект, тыс р.	Экономическая эффективность
Рекламная кампания, медиаплан	472,7	348,79 %
Внедрение сайта-магазина	897	124,06 %
Ведение социальных сетей	18,81	110,45 %
Стимулирование менеджеров по продажам	496	198,40 %



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!