



Дипломна робота

Підготувала студентка


групи М-14с-1

Башей Анна

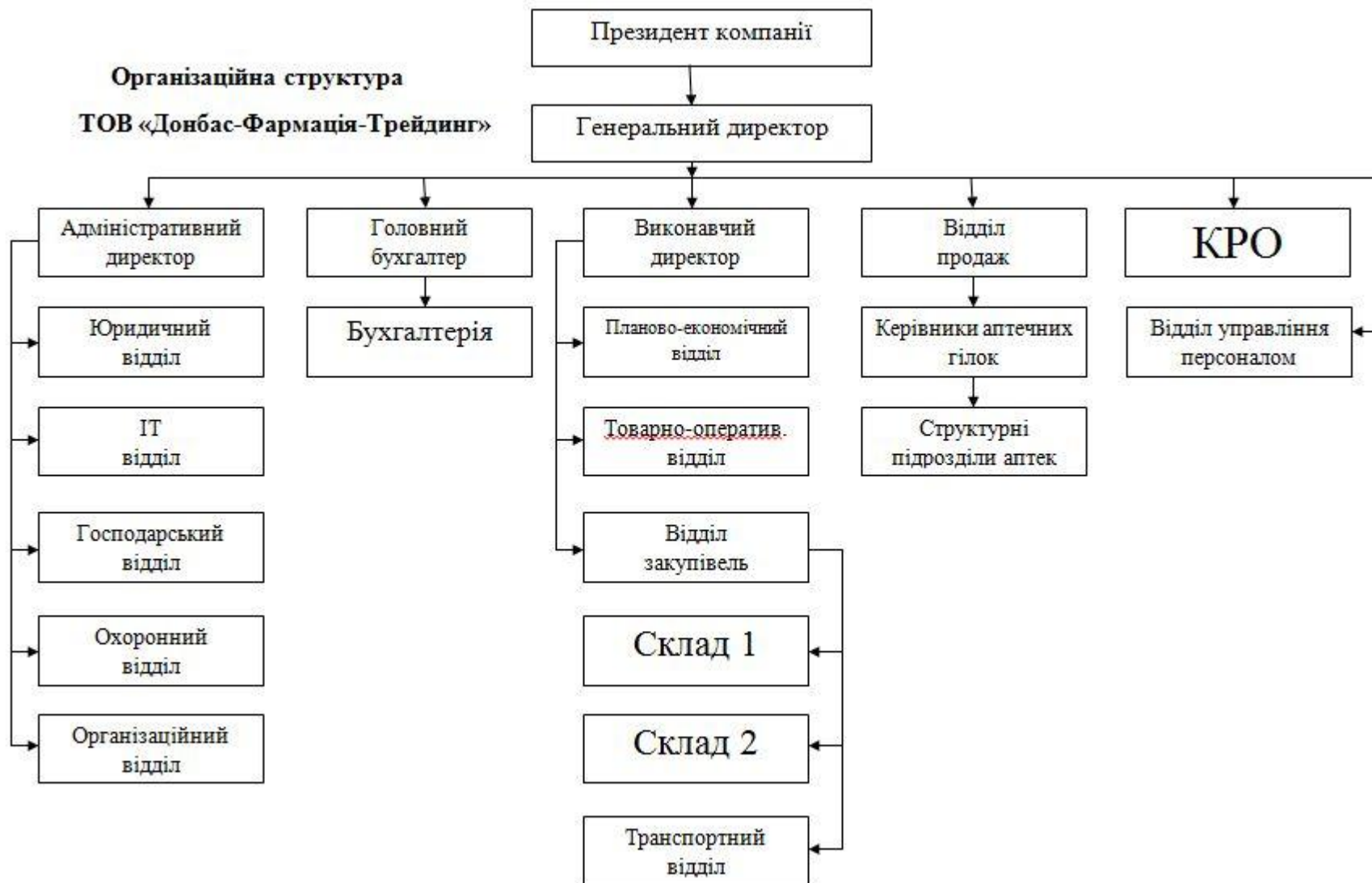
Тема дипломної роботи

Організація рекламної діяльності на підприємстві та розробка маркетингових рішень по її удосконаленню

(на прикладі ТОВ «Донбас-Фармація-Трейдинг»)

- 
- Об'єктом дипломної роботи є процеси управління рекламною діяльністю **ТОВ «Донбас-Фармація-Трейдинг»**.
 - Предметом дослідження є теоретико-методологічні і прикладні аспекти рекламної діяльності підприємства.
 - Мета дипломної роботи полягає у визначенні особливостей рекламної діяльності підприємства в умовах сучасного ринкового середовища та розробці пропозицій щодо її удосконалення.

- ВСТУП
- РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ
 - 1.1. Сутність та роль реклами в маркетинговому процесі
 - 1.2. Вибір засобів поширення реклами
 - 1.3. Методологічні підходи до оцінки ефективності рекламної діяльності
- Висновки за розділом 1
- РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ФІНАНСОВО – ЕКОНОМІЧНОЇ І МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ДОНБАС-ФАРМАЦІЯ-ТРЕЙДИНГ»
 - 2.1 Загальна характеристика підприємства
 - 2.2 Аналіз економічних показників діяльності та фінансового стану підприємства
 - 2.3 Аналіз маркетингової діяльності ТОВ «Донбас-Фармація-Трејдинг»
- Висновки за розділом 2
- РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА МАРКЕТИНГОВИХ РІШЕНЬ ПО УДОСКОНАЛЕННЮ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВІ
 - 3.1. Пропозиції з удосконалення маркетингової діяльності
 - 3.2. Заходи з удосконалення рекламної діяльності
 - 3.3. Економіко-математичні обґрунтування запропонованих заходів
- Висновки за розділом 3
- ВИСНОВКИ
- СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ
- ДОДАТКИ



Основний принцип - розмежування повноважень і відповідальності за функціями та прийняття рішень по вертикалі. Управління здійснюється за лінійною схемою, а функціональні підрозділи допомагають лінійним керівникам у вирішенні відповідних управлінських функцій

Показники фінансового стану підприємства за 2012-2014 роки	2012 рік	2013 рік	2014 рік
Коефіцієнт фінансової автономії	0,447	0,378	0,400
Коефіцієнт фінансової залежності	2,239	2,644	2,500
Коефіцієнт фінансового ризику	1,239	1,530	1,501
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,507	0,522	0,483
Коефіцієнт загальної (поточної) ліквідності	1,409	1,318	1,322
Коефіцієнт термінової ліквідності	1,408	1,318	1,322
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,120	0,127	0,155
Рентабельність сукупного капіталу	0,186	0,153	0,142
Рентабельність власного капіталу	0,304	0,291	0,289
Валова рентабельність продажів	0,077	0,079	0,081
Операційна рентабельність продажів	0,024	0,022	0,022
Чиста рентабельність продажів	0,017	0,016	0,018
Коефіцієнт оборотності активів	8,789	7,984	6,939
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	5376,189	16123,539	2895,012
Коефіцієнт оборотності запасів	12,356	10,244	9,010
Тривалість оборотності оборотних коштів	-	-	-
Коефіцієнт оборотності основних коштів	65,923	60,269	49,681

Розрахунок коефіцієнта Альтмана

Показник	2012	2013	2014
X_1	0.23	0.2	0.19
X_2	0.4	0.34	0.36
X_3	0.46	0.42	0.45
X_4	11	8.9	9.6
X_5	7.1	6.5	3.12
Z	16.054	13.9	11.097

Розрахунок коефіцієнта Альтмана свідчить про те, що ризик банкрутства підприємства дуже низький, майже відсутній.

Сильні сторони	Досвід роботи на ринку	Позитивний іміджу, доброзичливе та партнерське ставлення до підприємства
	Широкий, глибокий та диверсифікований товарний асортимент	Формування оптимального асортименту доступних за ціною для різних категорій споживачів ЛЗ, привернення уваги нових клієнтів
	Значна кількість постійних клієнтів	Збільшення ринкової частки
	Широкий радіус обслуговування	Розширення присутності чи охоплення певного регіону
Слабкі сторони	Зменшення ринкової частки	Наміри підприємства зберегти не тільки рівень продажу, але й збільшити його обсяг
	Відсутність рекламної діяльності	
	Розташованість тільки на території однієї області	Вихід на нові ринки в межах країни

Можливості

Зниження вартості комп'ютерної техніки

Автоматизації управління підприємством і взаємовідносин з покупцями

Низька концентрація підприємств на ринку

Збільшення ринкової частки

Розвиток маркетингової діяльності

Проведення рекламної кампанії

Зростання ролі людського фактора

Якісного та ефективного обслуговування клієнтів

Загрози

Низька купівельна спроможність населення

Асортиментної політики можливих покупців підприємства

Жорстоке державне регулювання цін

Різкого зниження рентабельності підприємства

Недосконалість податкового законодавства

Цивілізованого розвитку фармацевтичного бізнесу

Витрати на функціонування запропонованої структури маркетингу

Назва калькуляційної статі витрат	Витрати на місяць, грн.	Витрати на півроку, грн.
З\п фахівця Інтернет фармацевта	1100,00	6600,00
З\п фахівця зі стимулювання збуту та реклами	1100,00	6600,00
Разом	2200,00	13200,00

Бюджет маркетингової діяльності

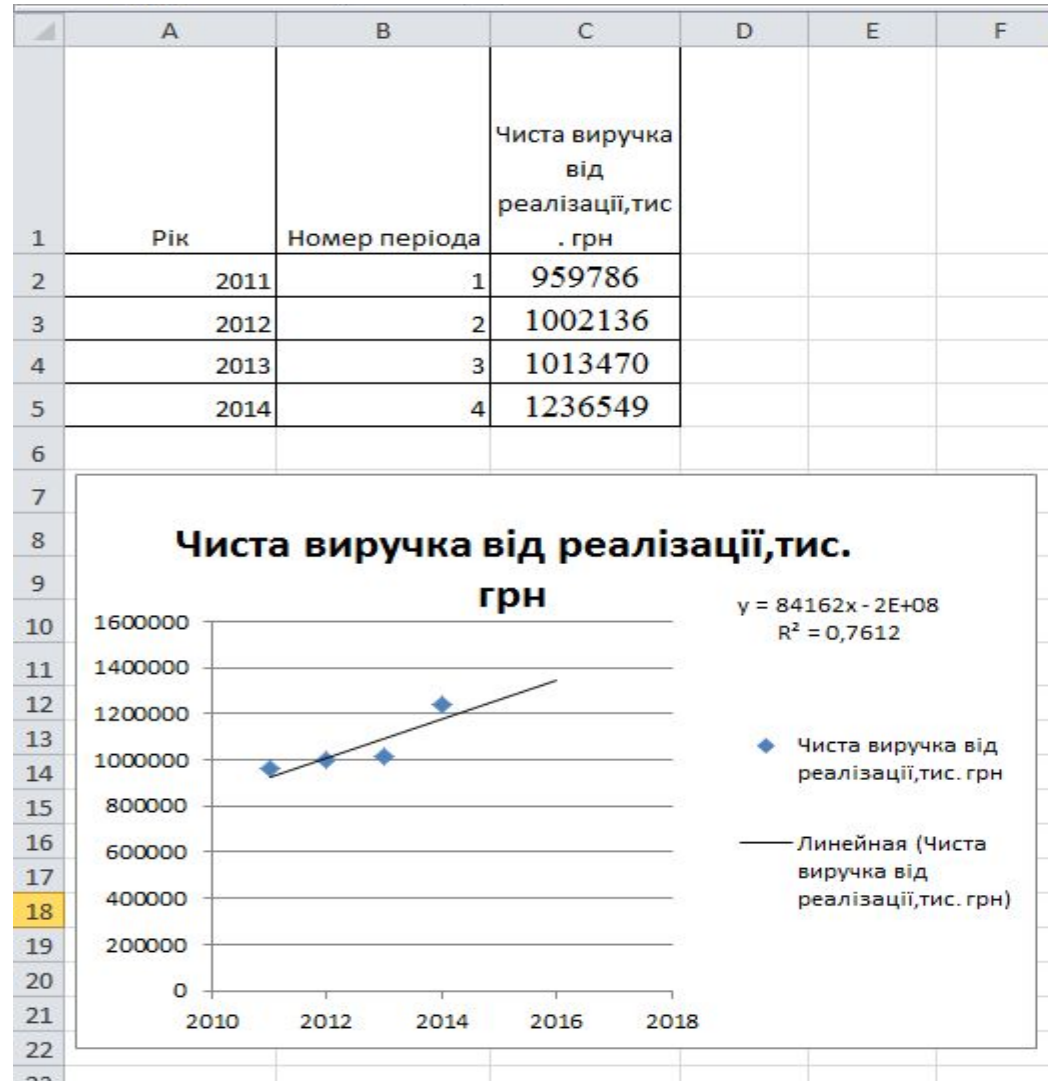
Назва калькуляційної статті витрат	Витрати на місяць, грн	Витрати на півроку, грн
Розміщення рекламних матеріалів а	500грн	3000
Встановлення світлодіодних вивісок	1000 грн	1000
Аптечні крести. Сигнальні вказівки	3000	3000
Реклама в приміщенні поліклінік	600	3600
Брошури в лікарнях	250	500
Реклама в журналі "Ежетижневик Аптека"	750	4500
Створення сайту	2500	2500
Разом		18100

Динаміка чистої виручки від реалізації ТОВ «Донбас-Фармація-Трейдинг» за 2011-2014 рр.

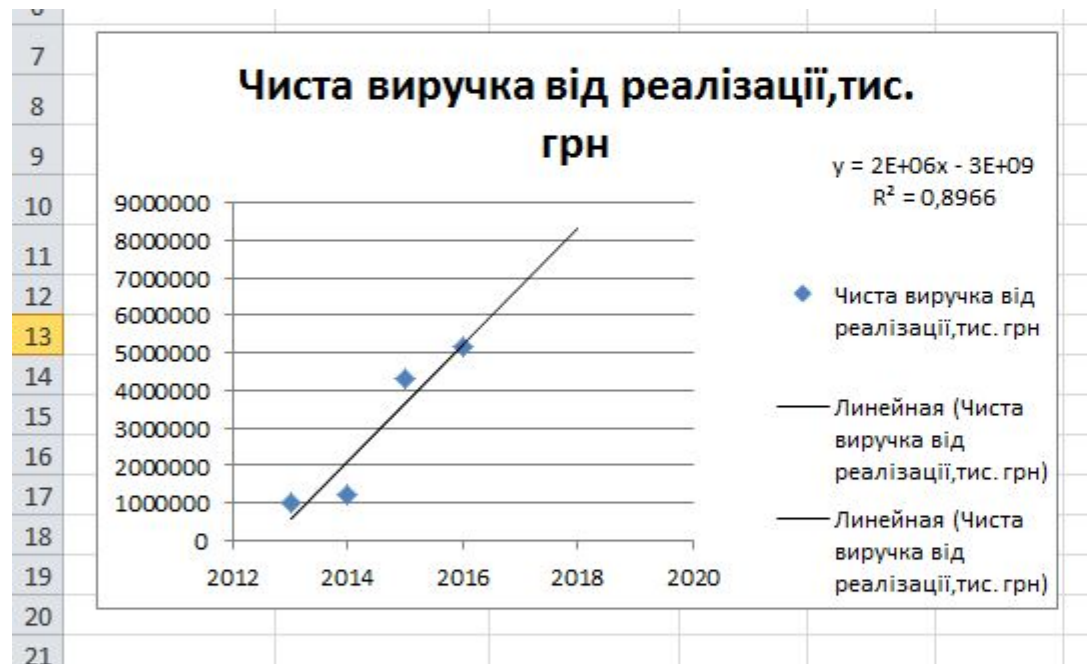
	A	B	C	D	E	F
1	Рік	Номер періода	Чиста виручка від реалізації, тис. грн			
2	2011	1	959786			
3	2012	2	1002136			
4	2013	3	1013470			
5	2014	4	1236549			
6						



Побудова лінії тренду



Прогноз значень чистої виручки від реалізації мереж аптек «Донбас-Фармація-Трејдинг» на 2015-2016 рр.



Економічна ефективність = прибуток/витрати

Отже робимо наступні розрахунки:

$$4297059,8 * 0,07(7\%) = 300794,186$$

$$\text{Економічна ефективність} = 4297059,8 / 125200 = 34$$

Далі необхідно розрахувати термін окупності вкладених інвестицій в реалізацію запропонованих заходів.


Формула розрахунку терміну окупності має вид:

$$PP = \frac{K_0}{CF_{ce}}$$

Де, K_0 - економічна ефективність, CF_{ce} - збільшення доходу на %

$$PP = 125200 / 300794,186 = 0,4$$

Враховуючи затрати на реалізацію заходів щодо підвищення ефективності рекламної діяльності ТОВ «Донбас-Фармація-Треїдинг», можна зробити висновок, що чистий прибуток за рік збільшиться на 300794,186 грн. з терміном окупності 5 місяців.



Дякую за увагу