
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
”ИНСТИТУТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ“
Кафедра коммерческой деятельности
Специальность ”Коммерческая деятельность на внешнем рынке“

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему: **Анализ эффективности мероприятий по стимулированию
сбыта организации отрасли (на примере ЗАО «Атлант»)**

Подготовил:
Студент группы Дс81вр
Лузик А.А.



Актуальность работы:

Актуальность данной темы обоснована тем, что организация и управление сбытовой деятельностью предприятия являются одним из наиболее важных элементов системы взаимодействия фирмы и потребителя как субъектов экономических отношений. Система сбыта товаров – ключевое звено маркетинга и своего рода финишный комплекс во всей деятельности фирмы по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия фирмы полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Объект исследования – ЗАО «Атлант».

Предмет исследования – стимулирование сбыта на ЗАО «Атлант».

Цель работы: разработать мероприятия по совершенствованию стимулирования сбыта.

Задачи работы:

- рассмотреть теоретические аспекты стимулирования сбыта;
- провести анализ стимулирования сбыта на примере ЗАО «Атлант»
- разработать мероприятия по совершенствованию стимулирования сбыта.

Характеристика предприятия

ЗАО «АТЛАНТ»

Белорусская компания, в структуру которой входят три предприятия: Минский завод холодильников, на котором производятся холодильники, морозильники, торгово-холодильное оборудование, Завод бытовой техники, выпускающий стиральные машины и Барановичский станкостроительный завод, где изготавливаются компрессоры и электродвигатели. В 2010 году предприятие входило в топ-10 валообразующих предприятий Белоруссии.

Техническая служба осуществляет свою деятельность по трём основным направлениям: ремонт оборудования и обслуживание энергетических систем, охрана труда и окружающей среды, разработка, освоение внедрение новых технологий.

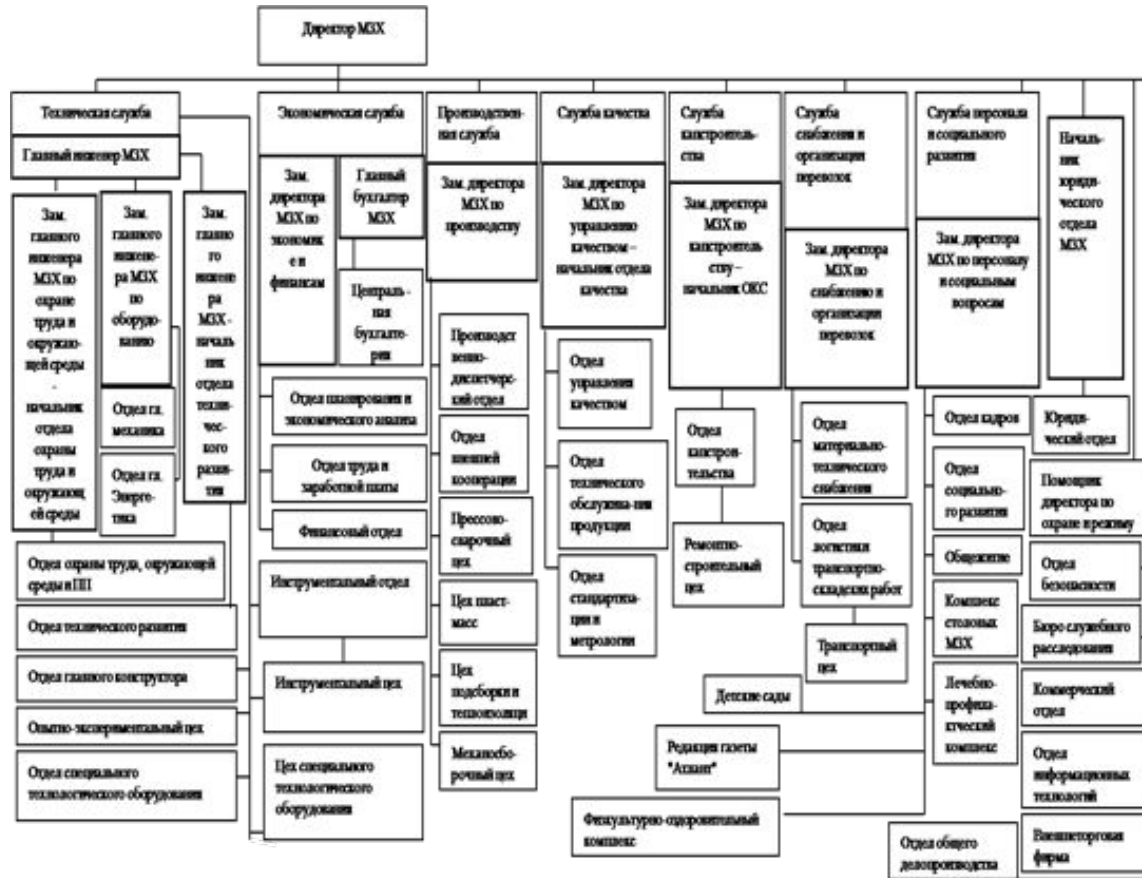
Организационная структура управления

Организационная структура ЗАО «Атлант» характеризуется как линейно-функциональная. Решения, подготовленные функциональными подразделениями рассматриваются и утверждаются линейным руководителем, который передает их подчиненным подразделениям.



ATLANT

Организационная структура управления ЗАО "Атлант"





Основные технико-экономические показатели деятельности ЗАО «АТЛАНТ» - за 2018-2020 гг.

Показатели	Годы			Изменение, +/-		Темп роста, %	
	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2019 г. к 2018 г.	2020 г. к 2019г.	2019 г. к 2018 г.	2020 г. к 2019г.
1	2	3	4	5	6	7	8
Выручка от реализации, тыс. руб..	157586	132115	117537	-25471	-14578	83,84	88,97
Себестоимость реализованной продукции, тыс. руб.	125594	112332	101998	-13262	-10334	89,44	90,80
Валовая прибыль, тыс руб.	31992	19783	15539	-12209	-4244	61,84	78,55
Управленческие расходы, тыс. руб.	11520	16960	13603	5440	-3357	147,22	80,21
Расходы на реализацию, тыс. руб.	445	361	141	-84	-220	81,12	39,06
Прибыль (убыток) от реализации, тыс. руб.	20027	2462	1795	-17565	-667	12,29	72,91
Прибыль (убыток) от текущей деятельности, тыс. руб.	-3975	-1159	-55	2816	1104	29,16	4,75
Прибыль (убыток) по финансовой и инвестиционной деятельности, тыс. руб.	240	-1015	428	-1255	1443	-422,92	-42,17



Мероприятия, направленные на повышение эффективности рекламной деятельности ЗАО «Атлант»-БСЗ



Совокупность основных методов стимулирования при продвижении новой продукции ЗАО «Атлант» на белорусский рынок холодильников

Методы стимулирования	Прямые продажи	Посредники
Гарантия возврата денег или замена продукции в случаях брака	+	+
Проведение конкурса на звание лучший партнер года (посредник, который приобрел в течение года наибольший объем продукции)		+
Участие в выставках и ярмарках	+	+
Предоставление скидок за объем покупки	+	+
Предоставление транспортных услуг	+	+
Долевое участие в оплате расходов по рекламе и других мероприятиях		+
Продажа продукции в кредит	+	+
Презентации новых видов продукции в магазинах розничной торговли бытовой техники	+	+



Бюджетный план рекламной кампании в сети Интернет на 2 месяца

Наименование	Стоимость, бел. руб.
Реклама на tut.by	478,8
Разработка флеш-баннера для рекламы на tut.by	602
Контекстная реклама на google.by и yandex.by	415,6
Итого	954,6



Основные затраты денежных средств на использование различных рекламных средств БСЗ

Рекламное средство	2019 год		2020 год		Отклонение (+/-)		Темпы роста, %
	сумма, тыс. руб.	уд. Вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. Вес, %	сумма, тыс. руб.	уд. Вес, %	
1	2	3	4	5	6	7	8
Оформительские материалы	26,0	18,9	27,7	16,7	1,7	-2,2	106,5
Радиореклама	20,9	15,2	28,1	16,9	7,1	1,7	134,0
Телереклама	24,4	17,7	25,6	15,4	1,2	-2,3	104,9
Реклама в прессе	21,1	15,3	29,6	17,8	8,5	2,5	140,2
Выставки	6,6	4,8	10,1	6,1	3,5	1,3	153,2
Вспомогатель							
1	2	3	4	5	6	7	8
Демонстрация моделей	5,6	4,1	7,1	4,3	1,5	0,2	126,4
Современные виды рекламы	10,5	7,6	14,8	8,9	4,3	1,3	141,2
Другое	3,7	2,7	3,3	2	-0,4	-0,7	89,3
Итого	137,8	100	166,1	100	28,3	0,0	120,5



Заключение

Сбытовую политику фирмы-изготовителя продукции следует рассматривать, как целенаправленную деятельность, принципы и методы, осуществления которой призваны организовать движение потока товаров к конечному потребителю. Основной задачей является создание условий для превращения потребностей потенциального покупателя в реальный спрос на конкретный товар. К числу таких условий относятся элементы сбытовой политики, капиталы распределения (сбыта, товародвижения) вместе с функциями, которыми они наделены.

Основными элементами сбытовой политики являются:

- транспортировка продукции — её физическое перемещение от производителя к потребителю;
- доработка продукции — подбор, сортировка, сборка готового изделия и прочее, что повышает степень доступности и готовности продукции к потреблению;
- хранение продукции — организация создания и поддержание необходимых её запасов;
- контакты с потребителями — действия по физической передаче товара, оформлению заказов, организации платёжно-расчетных операций, юридическому оформлению передачи прав собственности на товар, информированию потребителя о товаре и фирме, а также сбору информации о рынке.

Отметим, что сбыт - ключевое звено маркетинга и всей деятельности ЗАО «АТЛАНТ» по созданию, производству и доведению товара до потребителя, основной задачей которого является возврат вложенных в производство средств и получение прибыли.



Спасибо за внимание