

*Презентация дипломной
работы на тему:*

**Организация рекламной
деятельности на
предприятии на примере
Торгового унитарного
предприятия
«Могилевская межрайбаза»**

*Студент ФМк, РММ-1, 4 курс
Демьяненко О.М.*

ПРЕДМЕТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ:

Рекламная деятельность
Торгового унитарного предприятия
«Могилевская межрайбаза»

ОБЪЕКТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ:

Торговое унитарное предприятие
«Могилевская межрайбаза»

ЦЕЛЬ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ:

Рассмотреть рекламную деятельность предприятия на примере Торгового унитарного предприятия «Могилевская межрайбаза», проанализировать ее и дать рекомендации по повышению эффективности рекламной деятельности.

ЗАДАЧИ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ:

исследовать
теоретические
аспекты рекламы, ее
роль, сущность и
задачи в
деятельности
предприятия

систематизировать
знания о средствах
рекламы и их
характеристиках на
основании
теоретического анализа
изучения проблемы

рассмотреть сущность и
специфику рекламной
деятельности
унитарного
предприятия
«Могилевская
межрайбаза»

систематизировать и
обобщить,
существующие в
специальной
литературе, научные
подходы к данной
проблеме

проанализировать
эффективность рекламной
деятельности и дать
рекомендации по её улучшению
на примере Торгового
унитарного предприятия
«Могилевская межрайбаза»

Торговое унитарное предприятие «Могилевская межрайбаза»

- это организация, занимающаяся оптовой торговлей продовольственными и непродовольственными группами товаров.

Данное предприятие обеспечивает всю Могилевскую область продукцией.

Основные покупатели:

- Розничные торговые объекты потребительской кооперации Могилевской области (848 объектов);
- Хлебопекарные предприятия потребительской кооперации Могилевской области;
- Внесистемные покупатели по всей РБ и РФ;
 - Индивидуальные предприниматели.

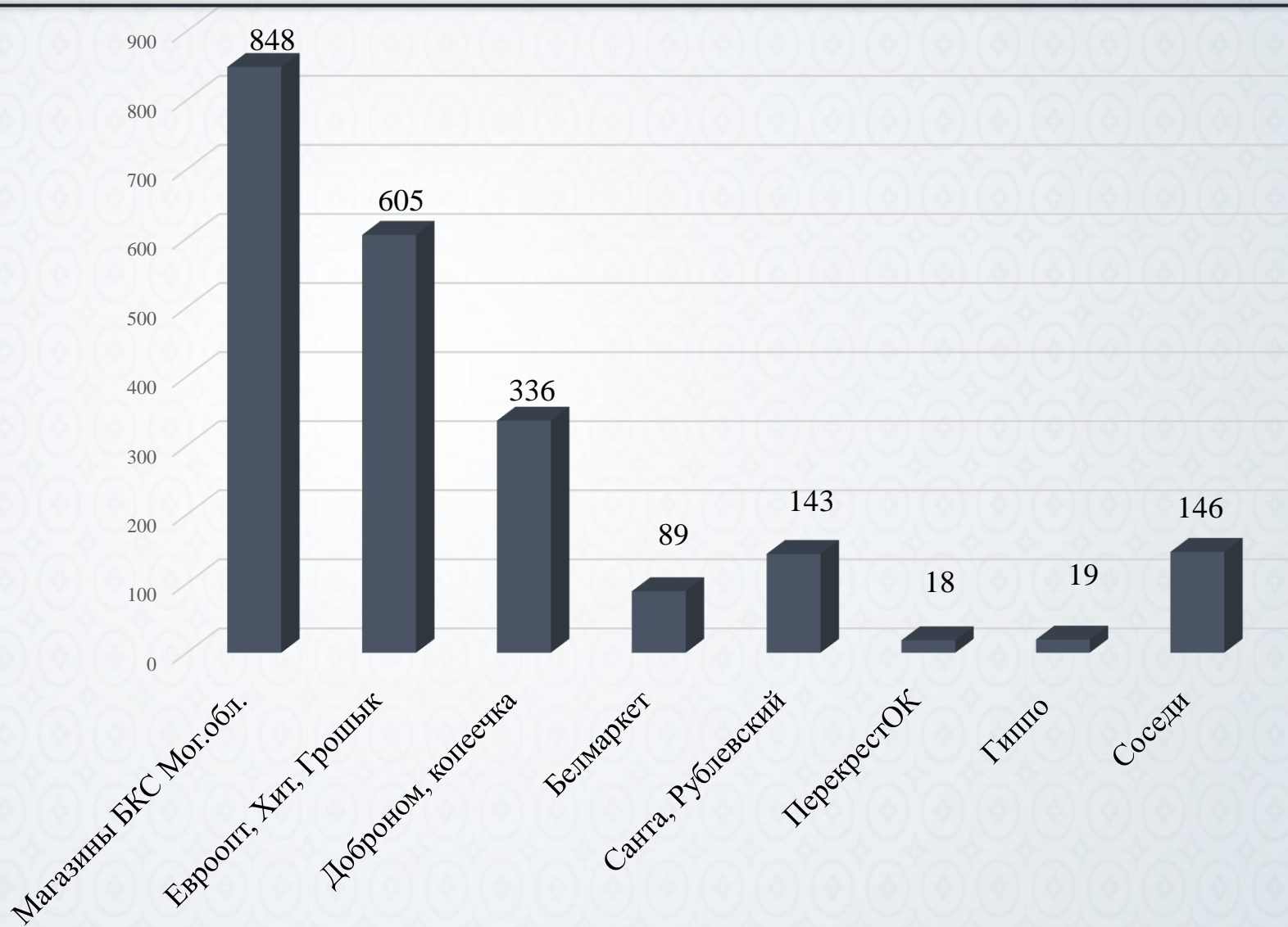
ТОВАРНЫЙ АССОРТИМЕНТ:



ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

Технико-экономические показатели	2019	2020	Изменения	
			+/-	%
Объем реализации продукции в стоимостном выражении, тыс. р.	22104	23152	1048,00	104,74
Себестоимость, тыс. р.	20289	21338	1049,00	105,17
Прибыль от реализации товаров, тыс.р.	298	465	167	156,04
Чистая прибыль, тыс. р.	131	267	136,00	203,82
Рентабельность продаж, %	0,65	1,25	0,60	200,00
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. р.	4716	4383	-333,00	92,94
Численность персонала, чел.	123	117	-6,00	95,12
Заработная плата персонала, р.	880,40	1023,30	142,90	116,23
Производительность труда, тыс.р./чел.	179,70	197,88	18,18	110,12

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ:



SWOT - АНАЛИЗ:

Сильные стороны:

1. Широкий ассортимент продукции;
2. Имеются постоянные оптовые и розничные покупатели;
3. Наличие графика доставки товара;
4. Предоставление отсрочки платежа;
5. Большой срок и опыт работы в сфере торговли;
6. Индивидуальный подход к клиентам;
7. Регулярное повышение квалификации персонала;
8. Удовлетворенность индивидуальных запросов;
9. Устойчивые связи с поставщиками;
10. Отлаженная система логистики;
11. Складская и транзитная формы торговли;
12. Стабильная клиентская база;
13. Возможность предоставления скидок;
14. Конкурентноспособные цены;
15. Является первым импортером продукции.

Слабые стороны:

1. Высокая конкуренция;
2. Слабая маркетинговая политика;
3. Отставание в использовании современных информационных систем;
4. Срывы по срокам доставки;
5. Высокая степень контроля деятельности вышестоящими организациями Белкоопсоюза и государства;
6. Низкая скорость оформления документов и заключения договора поставки;
7. Недостаток информации на сайте;
8. Низкая платежеспособность, задержка платежей;
9. Плохой имидж организации с прошлых лет.

SWOT - АНАЛИЗ:

Возможности:

1. Новые регионы продаж;
2. Заключение эксклюзивных контрактов с производителями популярных торговых марок;
3. Возможность найма высококвалифицированных и опытных кадров в области маркетинга;
4. Размещение рекламы;
5. Проведение маркетинговых исследований;
6. Повышение скорости обслуживания клиентов;
7. Укрепление репутации и создания положительного имиджа;
8. Выход на рынки ближнего зарубежья.

Угрозы:

1. Усиление позиций компаний-конкурентов;
2. Неблагоприятная экономическая ситуация в стране;
3. Снижение платежеспособности потребителей;
4. Активизация старых и появление новых конкурентов;
5. Снижение доходов населения;
6. Зависимость от вышестоящих организаций.

ЛИСТОВКИ

**ВЫСТАВКА
ProdExpo**

**ПРАЙС-
ЛИСТЫ**

**Рекламная
деятельность**

ГАЗЕТЫ

ВИЗИТКИ

**EMAIL-
РАССЫЛКА**

СРЕДСТВА РЕКЛАМЫ:

Вести потребкооперации

Жить
заботами
сельчан

Еженедельная газета Белорусского республиканского союза потребительских обществ

Выходит с октября 1991 г.

22 декабря 2019 года 51 (834)

по поводу

В Минском филиале Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации прошли торжества по случаю 60-летия учреждения образования

Для конкретного человека 60 лет – возраст весьма солидный. Для учебного же заведения это лишь сплоченная историческая школа, позволяющая вдумчиво осмыслить пройденный путь и продолжить уверенно двигаться вперед по старому и дорогому знамени. Тем не менее события отнюдь не рядовые. Поистине огромная научная работа проделана. А также ветер встречала многочисленных гостей и бывших воспитанников учреждения образования.



Альма-матер собирает друзей

Отсчет своего пути среднего специального учебного заведения ведется с 1937 года, когда в соответствии с постановлением Президиума ЦК ВКП(б) и Советов Министров Белорусской ССР и Совета Министров союзной республики была образована Белорусская государственная торговая академия. В 1959 году она была переименована в Белорусский торговый институт. В 1965 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 1991 году она была переименована в Белорусский торговый экономический университет. В 1995 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 1998 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2001 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2004 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2007 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2010 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2013 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2016 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2019 году она была переименована в Белорусский торговый университет.

В 1996 году появился первый выпускной класс. С 2001 года в соответствии с постановлением Президиума ЦК ВКП(б) и Советов Министров союзной республики была образована Белорусская государственная торговая академия. В 1959 году она была переименована в Белорусский торговый институт. В 1965 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 1991 году она была переименована в Белорусский торговый экономический университет. В 1995 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 1998 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2001 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2004 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2007 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2010 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2013 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2016 году она была переименована в Белорусский торговый университет. В 2019 году она была переименована в Белорусский торговый университет.

привлек организационный персонал. Сегодня места для проведения учебных практик предоставлено более 260 предприятий. В рамках формирования образовательных производственных кластеров на базе торговых объектов «Объедини кул» и агропарка Лесной Мясницкой района реализуется программа Белорусского и обрабатывается программа совместной деятельности с предприятиями – партнерами – производственными предприятиями. Делегаты филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.


Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.

Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях. Восторженные высококлассные педагогические работники и опытные специалисты и работники филиала «У» активно участвуют в мероприятиях в избранных профессиях.




Торговое унитарное предприятие "Могилевская межрайбаза"

жить заботами сельчан...

Посетите наш сайт

mmrb.by

Отпова торговля продовольственными товарами
Широкий ассортимент
Цены договорные!



Нам 80 лет!

Стоимость подписки на «Вести потребкооперации» на первое полугодие 2019

Индивидуально:

- на месяц – 3 рубля 6 копеек,
- на квартал – 9 рублей 36 копеек,
- на полугодие – 18 рублей 72 копейки,
- на год – 36 рублей 144 копейки.

Надворные:

- на месяц – 11 рублей 27 копеек,
- на квартал – 22 рубля 54 копейки.

Индивидуальная подписка – 63 885
Надворная подписка – 638 885
Остается с нами!



ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

Наименование канала распространения	Время размещения	Количество единиц в месяц	Сумма в первый месяц, р.	Сумма в последующие месяцы, р.
Выставки ProExpo	Раз в год	-	950	-
Газеты «Вести потребительской кооперации»	Ежемесячно	400	532	532
Визитки полноцветные с матовой ламинацией	Ежемесячно	50	24	24
Листовки размеров А5 плотностью 150гр.	Ежемесячно	50	25	25
Итого, р.	-	-	1531	581

Итого в год 7922 р.

АНАЛИЗ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПУТЕМ АНКЕТИРОВАНИЯ

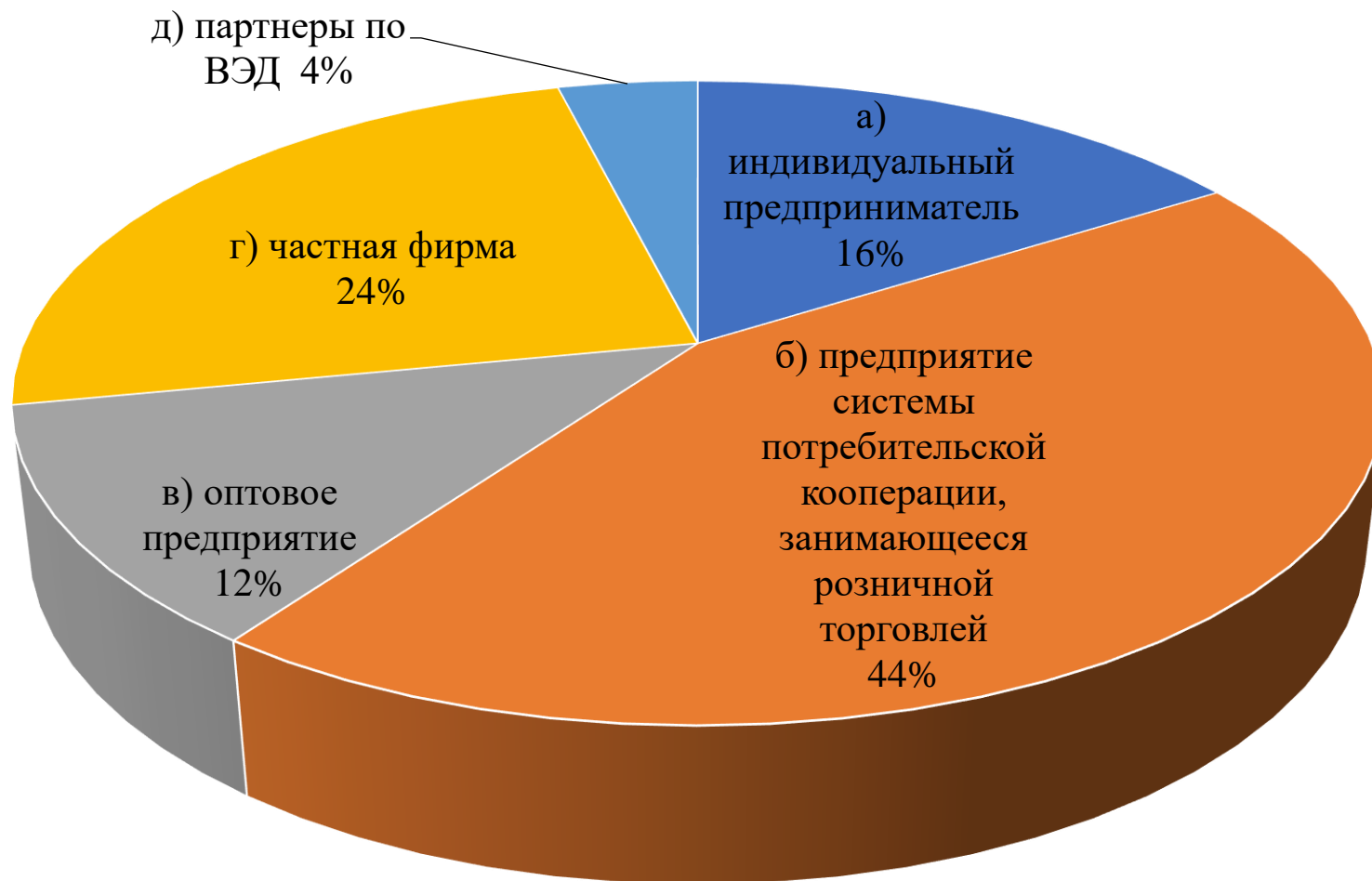
Был разработан опросный лист на 9 вопросов и проведен опрос на выставке-ярмарке ProdExpo 2020 в период 10.11.2020 - 13.11.2020.

Цель - определение общего представления о Торговом унитарном предприятии «Могилевская межрайбаза» и воздействие рекламы на потребителей.

Вопросы:

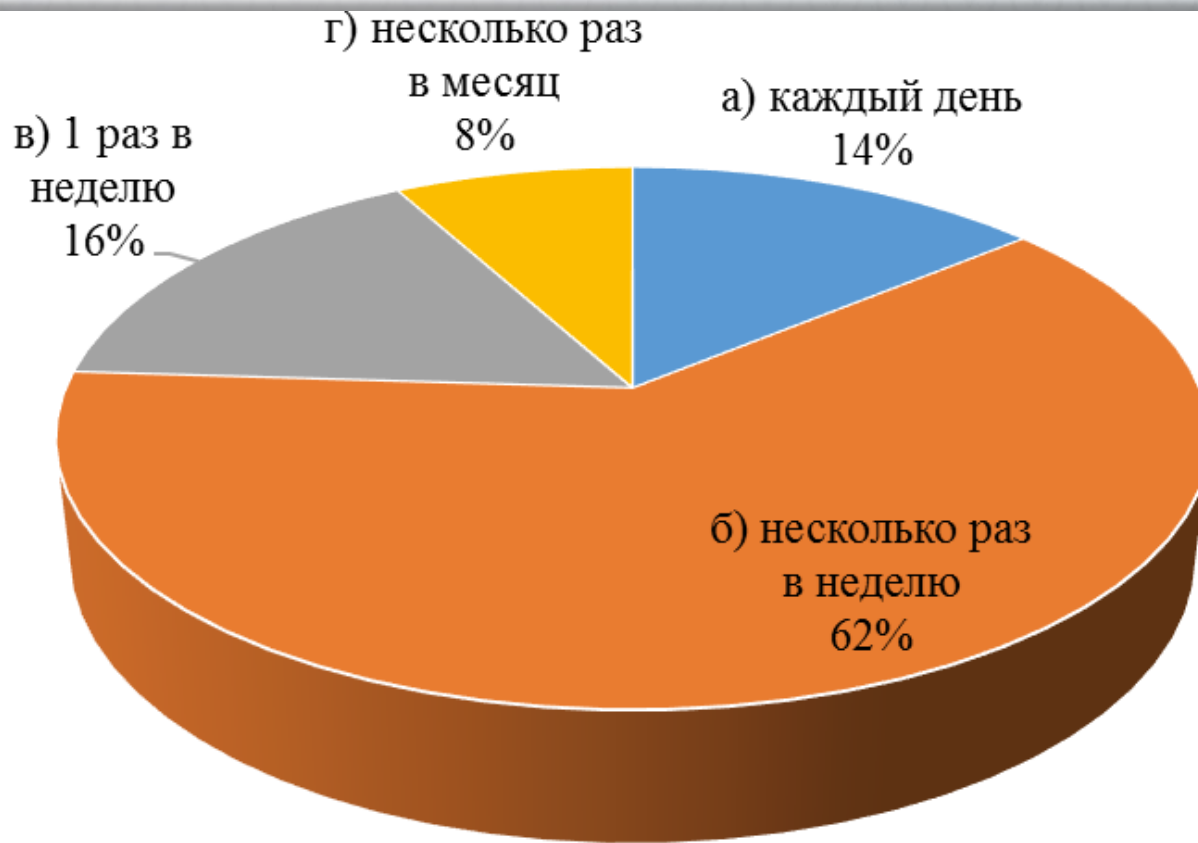
- род деятельности покупателя;
- частота приобретения продукции;
- критерии выбора поставщика;
- ассоциации связанные с ММРБ;
- видели ли рекламу ММРБ;
- где слышали про ММРБ;
- что повлияет на заказ товара на ММРБ;
- предпочитаемая социальная сеть для уведомлений о скидках и акциях ММРБ;
- предпочитаемые группы товаров.

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



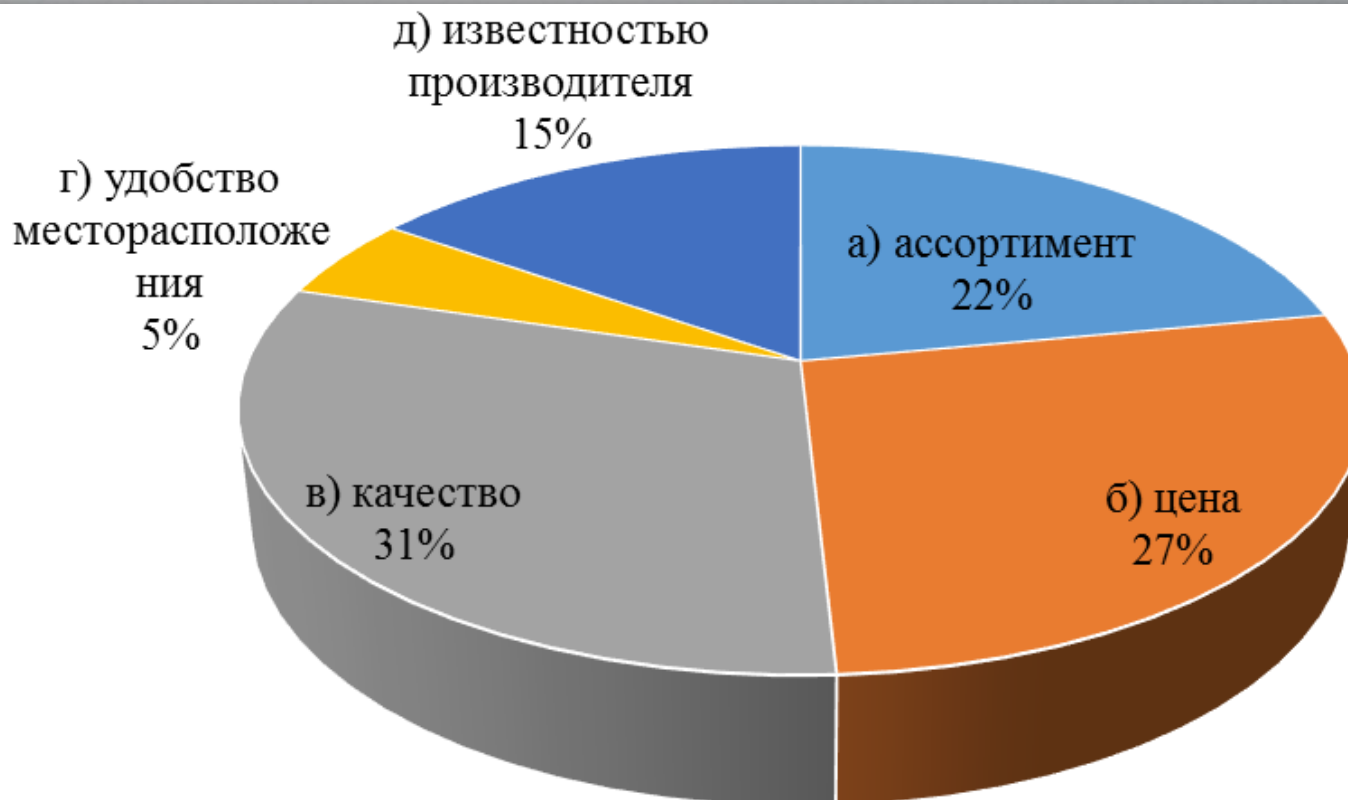
Укажите ваш род деятельности?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



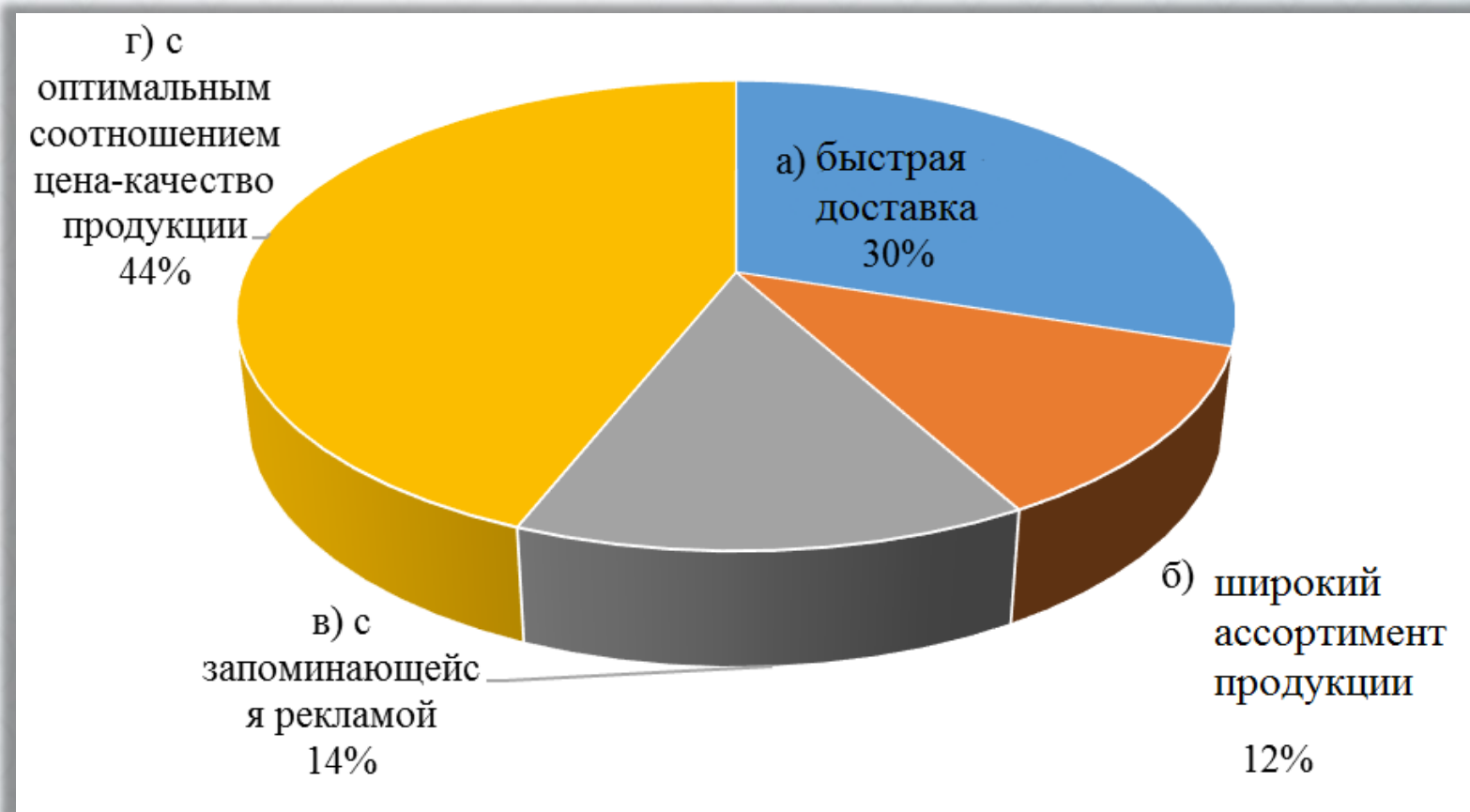
Как часто Вы приобретаете продукцию Торгового унитарного предприятия «Могилевская межрайбаза»?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



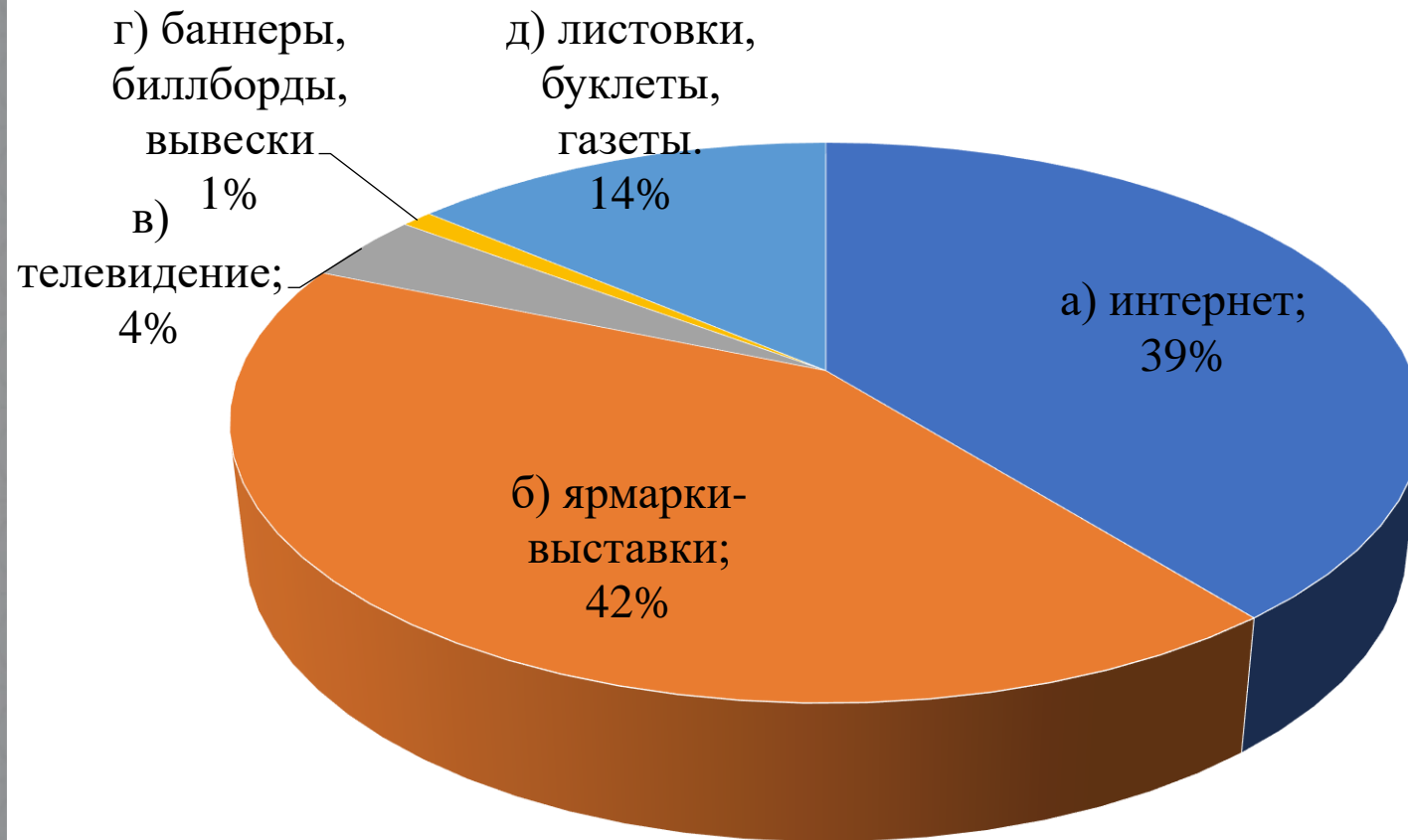
Чем Вы руководствуетесь при выборе поставщика продукции?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



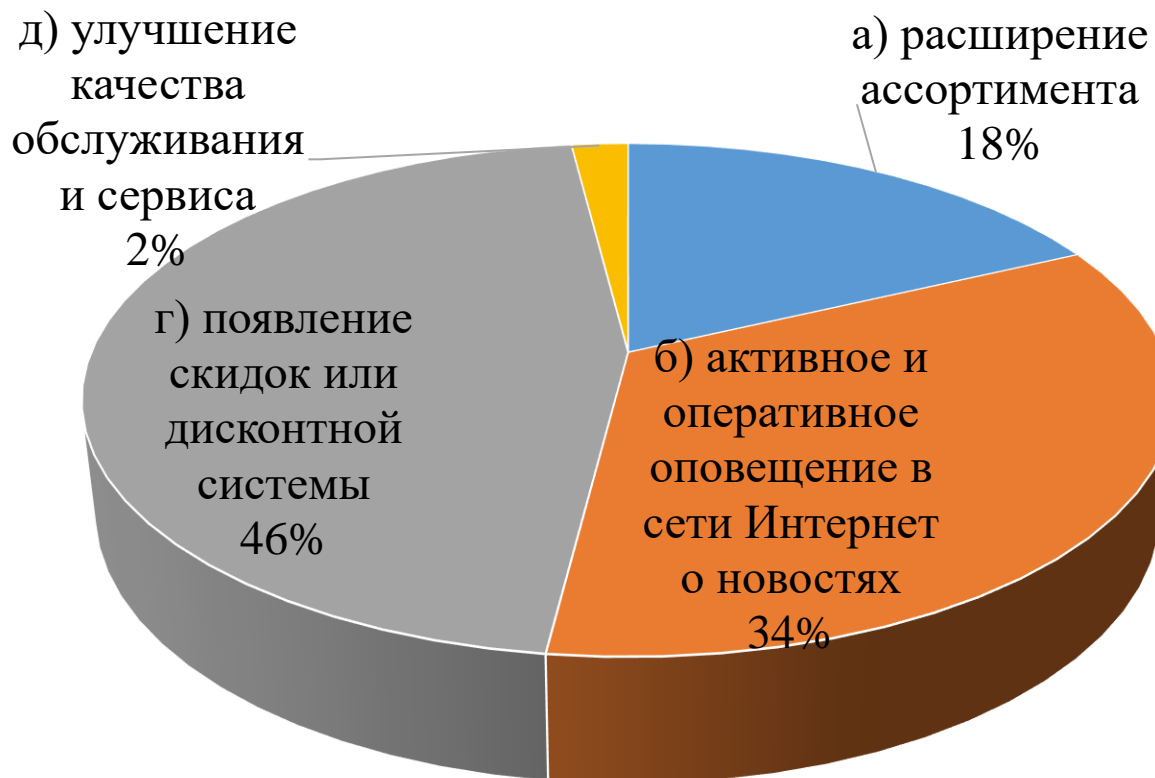
С чем Торговое унитарное предприятие «Могилевская межрайбаза» ассоциируется у Вас в первую очередь?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



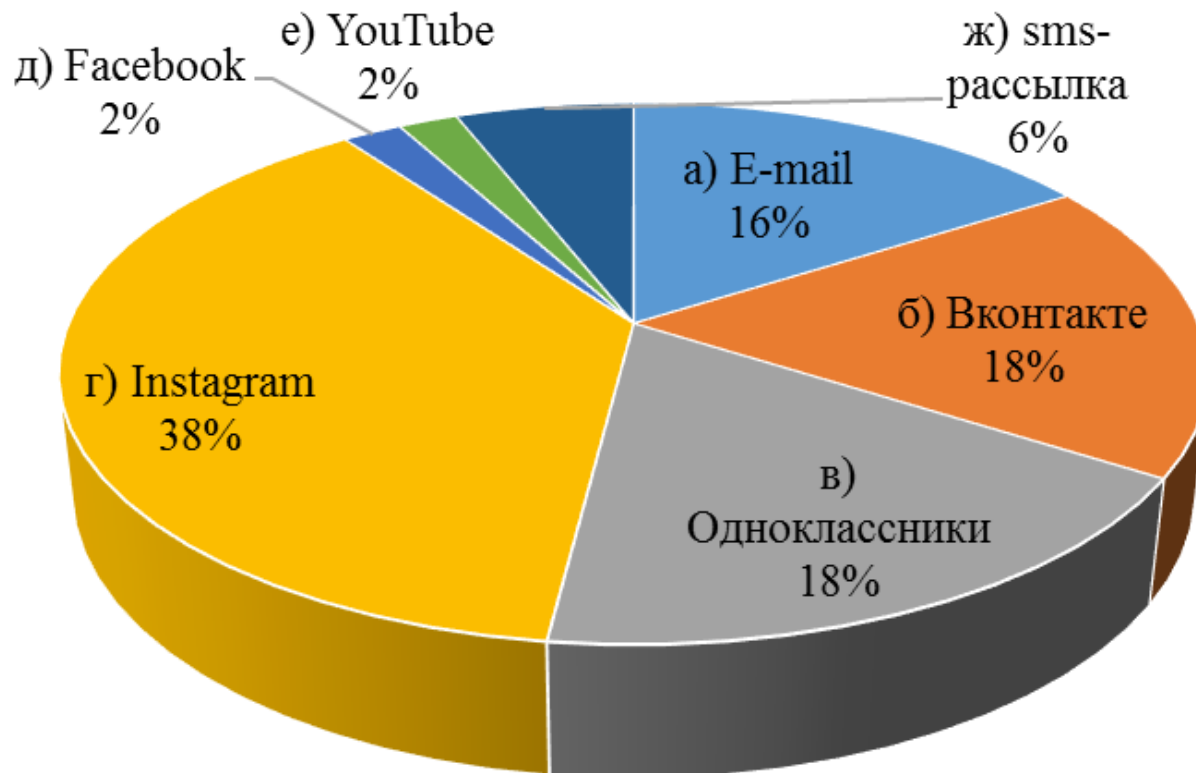
В каких источниках Вы слышали про Торговое унитарное предприятие «Могилевская межрайбаза»?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



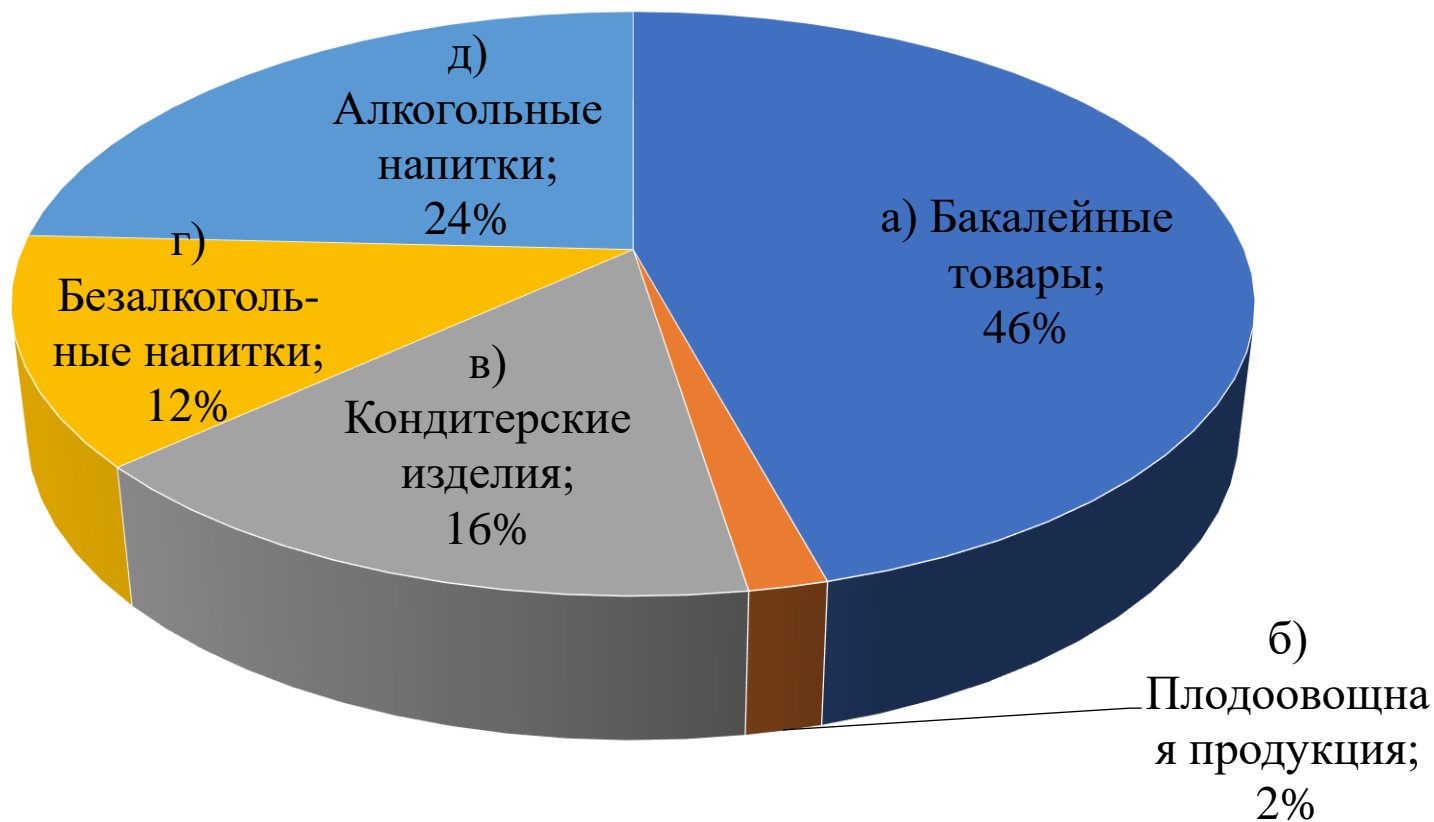
Что повлияет на Ваше решение заказать товар у
Торгового унитарного предприятия «Могилевская
межрайбаза» повторно?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



Какой инструмент оповещения о новостях, скидках, акциях Торгового унитарного предприятия «Могилевская межрайбаза» для Вас наиболее удобен?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:



Какая группа товаров Вас больше всего интересует?

РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСА:

- Основные покупатели - предприятия системы потребительской кооперации (44%).
- Предприятие проводит малое количество акций и скидок, которые является наибольшим мотиватором для решения заказа товаров с оптового предприятия повторно.
- Среди опрошенных только 38% видела рекламу за последний месяц.
- Предприятие не уделяет должным образом внимание печатной и наружной рекламе, а также рекламе в Интернете.
- Наиболее удобный инструмент оповещения через социальную сеть «Instagram».
- 46% респондентов интересуется бакалейная группа товаров.

СОЗДАНИЕ АККАУНТА В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM:



Профессиональные инструменты

Профессиональный аккаунт дает доступ к таким инструментам, как статистика подписчиков, метрики результативности аккаунта и новые способы связи с аудиторией.



Продолжить



63

Публикац...

502

Подписчи...

165

Подписки

Торговое унитарное предприятие
"Могилевская межрайбаза"
Жить заботами сельчан!
www.mmrb.by/

Подписат...

Написать

Контакты



Акции



Ярмарки



ProdExpo



ОБНОВЛЕНИЕ САЙТА:



ТОРГОВОЕ УНИТАРНОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ МОГИЛЕВСКАЯ МЕЖРАЙБАЗА

МОГИЛЕВСКИЙ ОБЛАСТНОЙ СОЮЗ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

☰ Главная

☰ Оптовая торговля

☰ Аренда помещений

☰ Продажа недвижимости

☰ Контакты

☰ Карта проезда

☰ Реквизиты

☰ Обратная связь

☰ Наши вакансии

☰ ЗАКАЗАТЬ ТОВАР

☰ Продажа торгового
оборудования

☰ Оздоровительный лагерь

АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ
ИНФОРМАЦИОННАЯ
СИСТЕМА



Торговое унитарное предприятие "Могилевская межрайбаза"

Мы предлагаем оптом качественную продукцию производства Республики Беларусь

Цены договорные!!! Можете ознакомиться с актуальными остатками и заказать товар!!!

Наш адрес: Республика Беларусь, г. Могилев, пр-т Димитрова, 31а
Контактный телефон: +375 222 701290. E-mail: sales@mmrb.by

Кондитерские изделия ведущих производителей РБ:
Конфеты, карамель, вафли, печенье, шоколад, сухие завтраки и др.
Расфасовка: Весовые фасованные пакчи



Флодоовощная консервация:
*Щи, борщ, рассольник, солянка, соки, зеленый консервированный горошек,
закусочные, обеденные и др. консервация*
Расфасовка: ж/б и стеклобанка



ОФОРМЛЕНИЕ ЗАЯВКИ:

Заявочный лист

Заявка на текущий завоз товаров
в **ИП Нестеров А.И.**








С Торгового унитарного предприятия "Могилевская межрайбаза"

Дата **01.12.2020** Принято от **Нестерова Наталья**

Адрес (пункт разгрузки) **Могилевская область, г. Косюковичи, ул. Базарная, 24**

Заявку выполнил _____ Дата _____

Остатки указаны на 01.12.20 на конец дня

Наименование товара	Остаток	ЗАЯВКА	Ед. изм.	Кол 1М	Поставщик / изготовитель	Цена учетная	НДС, %	Цена с НДС	Итого с НДС	Итого УП	Фото
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
ПЮРЕ "НЕПОСЕДА" ПЕРСИК ДП РБ 0.19КГ ГОМОГЕН. СТЕРИЛ."НЕПОСЕДА" С 6 МЕС. 18/1	93	180	ШТ	18	КЛЕЦК ОАО "Гамма вкуса"	0,80	10%	0,88	158,40	10	
НЕКТАР "СОЧНЫЙ ФРУКТ" МУЛЬТИФРУКТ РБ 1КГ 12/1 ПАСТЕРИЗОВАННЫЙ АСЕПТИЧЕСКИ УПАК. 1,0Л, СКИДКА	672	180	ШТ	12	ЗАО "Бобруйский бровар"	1,64	10%	1,80	324,72	15	
КОНФЕТЫ В НАБ. "МУШКЕТЕРЫ" РБ 0.18КГ 8/1 СПАРТАК КОР.ТЕРМ.ПЛ. И	50	40	ШТ	8	Спартак СП ОАО	5,12	20%	6,14	245,76	5	
ШОКОЛАД "СПАРТАК" ПОРИСТЫЙ МОЛОЧНО- ОРЕХОВЫЙ РБ 0.075КГ ПЕНАЛ 13/1,ШОУ-БОКС	569	130	ШТ	13	Спартак СП ОАО	1,13	20%	1,36	176,28	10	
ВАФЛИ "ЧЕРНОМОРСКИЕ ТОП" ФАС. РБ 0.087КГ 54/1 ФЛОУ-ПАК	1335	1080	ШТ	54	Спартак СП ОАО	0,48	10%	0,53	570,24	20	
ПЕЧЕНЬЕ "СНИТОРИО" С КАКАО И МОЛОКОМ ФАС. РБ 0.2КГ 15/1	60	225	ШТ	15	СЛОДЫЧ КОНДИТ.Ф-КА ОАО МИНСК	1,12	10%	1,23	277,20	15	
МАКАРОННЫЕ ИЗДЕЛИЯ ПРУЖИНКА ФАС. РБ 0.9КГ ГР. В 13/1 П/ПР сорт Высший	364	325	ШТ	13	БОРИМАК ФИЛИАЛ БОРИСОВСКИЙ КХП УП	1,02	10%	1,12	364,65	25	
ИТОГО:	-	2180	-	-	-	-	-	-	2117,25	100	-

Итого к оплате

2117,25 рублей с НДС

С Вами свяжутся в течение часа

Спасибо за заявку!

ЛАЙТБОКСЫ:



БИЛБОРДЫ:



РЕКЛАМА НА ТРАНСПОРТЕ:



ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

Наименование канала распространения	Время размещения	Количество единиц в месяц	Сумма в первый месяц, р.	Сумма в последующие месяцы, р.
Ведение аккаунта в Instagram	Ежедневно	-	-	-
Модернизация официального сайте	Ежедневно	1	200	200
Реклама на лайтбоксах г.Могилева	Круглосуточно	5	650	650
Реклама на билбордах г.Могилева	Круглосуточно	3	2364	2364
Реклама на собственном транспорте	Круглосуточно	14	3900	0
Итого, р.		-	7114	3214

Итого в год 42468 р.

ЗАТРАТЫ НА РЕКЛАМНУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ:

Наименование канала распространения и статьи расходов	Время размещения	Количество единиц в месяц	Сумма в первый месяц, р.	Сумма в последующие месяцы, р.
Ведение аккаунта в Instagram	Ежедневно	-	-	-
Модернизация официального сайте	Ежедневно	1	200	200
Реклама на лайтбоксах г.Могилева	Круглосуточно	5	650	650
Реклама на билбордах г.Могилева	Круглосуточно	3	2364	2364
Реклама на собственном транспорте	Круглосуточно	14	3900	0
Выставки ProdExpo	Раз в год	-	950	0
Газеты «Вести потребкооперации»	Ежемесячно	1	532	532
Визитки полноцветные с матовой ламинацией	Ежемесячно	50	24	24
Листовки размеров А5 плотностью 150гр.	Ежемесячно	50	25	25
Итого, р.		-	8645	3795

Итого в год 50390 р.

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРЕДЛОЖЕНИЙ:

После внедрения предложенных рекомендаций увеличится узнаваемость, клиентская база и товарооборот на 15-25% за счет привлечения новых клиентов, что приведет дополнительной прибыли.

Прибыль от реализации продукции за 2020 год - 465000 тыс. р.

Примерная эффективность внедрения рекомендаций:

Min прирост прибыли = $15 \times 465000 / 100 = 69750$ р.

Max прирост прибыли = $25 \times 465000 / 100 = 116250$ р.

Сопоставим полученные данные с затратами:

Min прирост прибыли - затраты = $69750 - 48530 = 21220$ р.

Max прирост прибыли - затраты = $116250 - 48530 = 67720$ р.

Экономический эффект от проведенных мероприятий будет составлять от 21220 р. до 67720 р.

Спасибо за внимание!