

Индекс УДК:633.1:631:542.4

А.С. Брезгина-студентка

В.М. Троценко- научный руководитель, канд. эконом. наук, доцент

ФГБОУ ВО Пермский ГАТУ

г.Пермь, Россия

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «ХЛЕБОКОМБИНАТ ЛЫСЬВЕНСКИЙ»

Аннотация: статья раскрывает проблему совершенствования сбытовой деятельности предприятия ООО «Хлебокомбинат Лысьвенский». Актуальность и значимость выбранной темы обусловлены: местом и ролью проблемы управления сбытовой политикой в стратегии повышения эффективности производства; необходимостью выявления направлений формирования эффективной сбытовой политики и организации данного процесса на предприятиях. Статья представлена на 6 страницах, содержит 4 таблицы.

Ключевые слова: сбытовая деятельность, рынок, спрос, маркетинг, продвижение, эффективность.

U.S.D 633.1:631:542.4

A.S. Brezgina is a student;

V.M. Trotsenko – supervisor, Ph.D.econ.sciences,cand. associate professor

FSBEI HE GATU, Perm, Russia

IMPROVEMENT OF SALES ACTIVITY OF THE ENTERPRISE LLC «LYSVENSKY BAKERY»

Abstract: the article reveals the problem of improving the sales activity of the company "Lysvensky Bakery". The relevance and significance of the chosen

topic is due to: the place and role of the problem of sales policy management in the strategy of increasing production efficiency; the need to identify areas for the formation of an effective sales policy and the organization of this process in enterprises. The article is presented on 6 pages and contains 4 tables.

Keywords: sales activity, market, demand, marketing, promotion, efficiency.

ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» осуществляет производство и реализацию различных видов хлебобулочных изделий, а также макаронных изделий. На данный момент ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» остается основным производителем хлебобулочной и кондитерской продукции в районе.

Продукция предприятия пользуется спросом не только в магазинах города и района, но и за его пределами: городах Чусовой, Березники, Пермь, Соликамск. Среди покупателей есть и крупные торговые сети, такие как «Семья», «Магнит», «Пятерочка» и другие.

Предприятие ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» использует прямой канал сбыта – при реализации продукции в детские сады, школы и др. гос. учреждения, косвенный канал сбыта – реализация продукции через посредников – оптовые и розничные торговые точки.¹

Основными клиентом предприятия являются розничные торговые предприятия, расположенные в г. Лысьва и в г. Чусовой.

Дистрибьютор предприятия ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» до 10 числа каждого месяца должен предоставить планируемый объем реализации на будущий месяц на склад готовой продукции предприятия. Объем реализации формируется исходя из заявок покупателей, оптовых и

¹ Организация коммерческой деятельности: Справ. Пособие / С.Н. Виноградова, С.П. Гурская, О.В. Пигунова и др.; Под общ. Ред. С.Н. Виноградовой. - Минск: Высшая школа, 2017. – 236 с.

розничных компаний.² На основании этих данных аналитики предприятия планируют, какой объем готовой продукции хлебокомбинату нужно продать, а, следовательно, и выпустить. 25 числа каждого месяца всем региональным представительствам выставляется план, который региону нужно выполнить.

Заявки на товар формируются оптовыми и розничными предприятиями ежедневно, не значительно корректируются с планом выпуска. Продукция предприятия ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» является скоропортящейся поэтому на складе готовой продукции она находится всего в течение нескольких часов, после формирования партии, продукцию развозят по складам, а далее сразу же по торговым точкам. Такой процесс осуществляется ежедневно.³

Продажи осуществляются с помощью дистрибьютора и менеджера по продажам.

Предприятие ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» не единственный поставщик хлеба и хлебобулочных магазинов в торговые точки, поэтому для увеличения объема сбыта предприятие использует систему скидок.

Конечным покупателем продукции компании является население городов Лысьва, Чусовой, Губаха, Кизил, следовательно, для организации системы сбыта необходимо осуществлять продвижение продукции направленное на население.

ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» использует рекламные объявления на щитах в г. Лысьва и в г. Чусовой. Как правило, рекламные щиты расположены вблизи магазинов, где реализуется продукция предприятия. Рекламные объявления предприятия

² Коммерческая деятельность предприятия: Стратегия, организация, управление: Учеб. пособие / В.К. Козлов, С.А. Уваров, Н.В. Яковлева и др.; Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. - СПб.: Политехника, 2018. – 340 с.

³ Памбухчианц О.В., Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. - М.: Маркетинг, 2018.- 432 с.

ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» использует постоянно, для поддержания стабильного спроса на товар.

Для завоевания новых и удержания своих позиций на рынке Пермского края предприятие ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» должно поддерживать качество продукции, удерживать цены на одном уровне – приемлемом для покупателя. Для получения прибыли и удержания цен на одном уровне компании следует минимизировать издержки производства и обращения.

По результатам проведенной оценки сбытовой деятельности для ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» можно предложить следующие рекомендации, представленные в таблице 1.

Таблица 1 - Разработка мероприятий

Недостатки	Мероприятия
1. Отсутствие отдела маркетинга. Организацией сбытовой деятельностью занимается только руководитель компании	1. Введение маркетолога в штат
2. Отсутствие программы продвижения и сбыта продукции	2. Разработка плана-программы продвижения продукции

1. Введение в штат маркетолога. Введение маркетолога в штат потребует дополнительных ежемесячных расходов: оклад - 15000 руб.; канцелярские принадлежности - 10000 руб.; командировочные расходы - 15000 руб.; затраты на продвижение продукции – 40000 руб. Общая сумма затрат составит 304000 руб. Наибольшую долю занимают расходы на заработную плату сотрудника.

2. Разработка программы продвижения. Хронологическая последовательность мероприятий и стоимость программы продвижения отражена в плане-графике (таблица 2).

Таблица 2 - План-график программы продвижения

Этапы программы продвижения	Длительность (дни)	Дата начала	Стоимость (руб.)
Размещение рекламы в печатных изданиях	120	01.06.2020	10 000
Создание и продвижение сайта	3	09.06. 2020	40 000
Скидки	3	09.06. 2020	10 000
Размещение рекламы на радио	30	10.06. 2020	10 000
Размещение на форумах и прочие уже рабочие мероприятия (уже существующие меры)	30	01.06. 2020	Включена в бюджет
Всего	всегда	-----	70000

Для реализации предлагаемой программы продвижения ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» потребуется 70000 рублей. Общая смета расходов на совершенствование сытовой деятельности предприятия ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» представлена в таблице 3.

Таблица 3 - Общая смета расходов на совершенствование сбытовой деятельности предприятия ООО «Лысьвенский хлебокомбинат»

Мероприятие	Стоимость, тыс. руб.
Создание службы маркетинга	304
Программа продвижения	70
Итого	374

Таким образом, расходы на совершенствование сбытовой деятельности ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» в 2020-2021 году составят 374 тыс. рублей.

После проведения разработанных мероприятий сбытовой политики товарооборот предприятия увеличится на 30%, согласно статистическим данным. При этом издержки обращения увеличатся на 14%.

Рассчитаем объём продаж после реализации программы продвижения (Таблица 4).

Таблица 4 - Планирование экономического эффекта от предлагаемых мероприятий

Наименование показателей	До мероприятия	После мероприятия	Прирост в %
Товарооборот, тыс. руб.	98645	128238,5	30
Издержки обращения, тыс. руб.	97533	97533	0
Валовая прибыль, тыс. руб.	1112	30705,5	2661,28
Рентабельность, %	0,011	0,23	2024,06

Из таблицы 4 видно, что при вложении 374000 руб. организация ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» увеличит все свои основные экономические показатели. Валовая прибыль увеличится на 29593,5 тыс. руб. и составит 30705,5 тыс. руб. Предложенная мероприятия по совершенствованию сбытовой деятельности помогут ООО «Лысьвенский хлебокомбинат» удержать свои позиции на рынке и выйти на рынок Пермского края.

Использованные источники:

1. Коммерческая деятельность предприятия: Стратегия, организация, управление: Учеб. пособие / В.К. Козлов, С.А. Уваров, Н.В. Яковлева и др.; Под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. - СПб.: Политехника, 2018. – 340 с.
2. Организация коммерческой деятельности: Справ. Пособие / С.Н. Виноградова, С.П. Гурская, О.В. Пигунова и др.; Под общ. Ред. С.Н. Виноградовой. - Минск: Высшая школа, 2017. – 236 с.
3. Памбухчиянц О.В., Дашков Л.П. Коммерция и технология торговли. - М.: Маркетинг, 2018.- 432 с.

Used sources:

1. *Commercial activity of the enterprise: Strategy, organization, management: Textbook. allowance / V.K. Kozlov, S.A. Uvarov, N.V. Yakovleva et al .; Ed. VC. Kozlova, S.A. Uvarova. - SPb .: Polytechnic, 2018.-- 340 p.*

2. *Organization of commercial activity: Ref. The allowance / S.N. Vinogradova, S.P. Gurskaya, O.V. Pigunova and others; Under the total. Ed. S.N. Grape - Minsk: Higher school, 2017 .-- 236 p.*
3. *Pambukhchiyants OV, Dashkov L.P. Commerce and technology of trade. - M.: Marketing, 2018 .-- 432 p.*