

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА»
ПЕРМСКИЙ ИНСТИТУТ (ФИЛИАЛ)**

Выпускная квалификационная работа на тему:

**Маркетинговая деятельность предприятия
малого бизнеса (на примере ООО «Автовизаж»)**

Выполнил:

Никитин Евгений Юрьевич

Цели и задачи работы

Целью данной работы является всесторонний анализ маркетинговой деятельности ООО «Автовизаж» и разработка проекта мероприятий по совершенствованию данного элемента коммерческой деятельности предприятия малого бизнеса

Задачи работы

изучить теоретические аспекты маркетинговой деятельности предприятия малого бизнеса

проанализировать эффективность организации маркетинговой деятельности предприятия малого бизнеса ООО «Автовизаж»

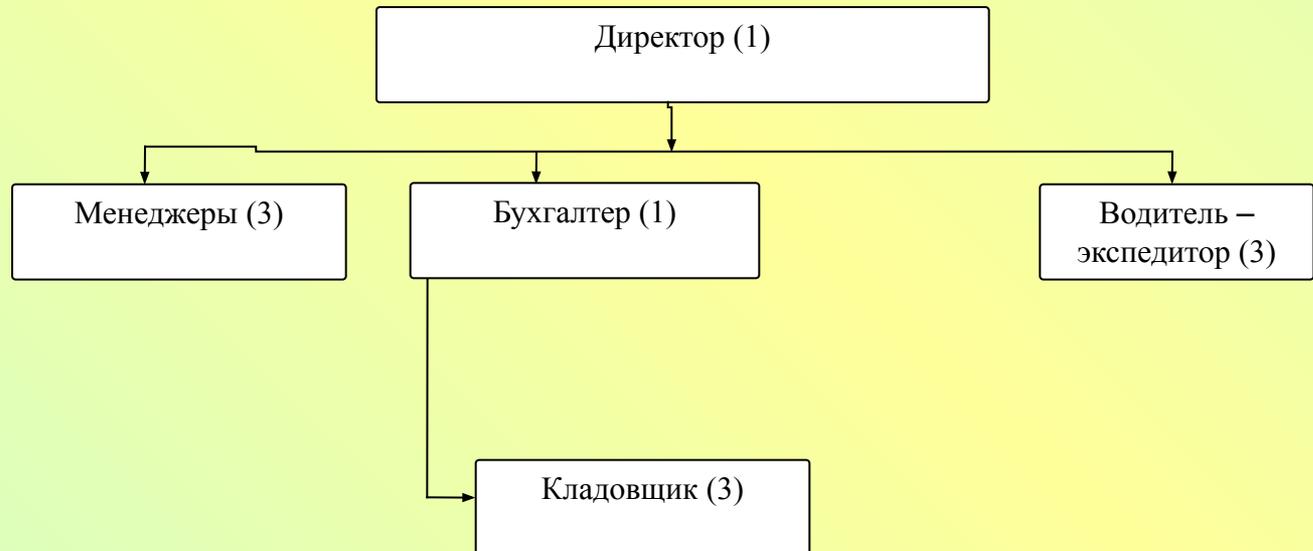
разработать и обосновать мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности ООО «Автовизаж»

Характеристика объекта исследования

ООО «Автовизаж» предлагает покупателям широкий ассортимент шин и дисков высокого качества по доступным ценам

614000, Пермский край, город
Пермь, Монастырская улица, 27.

Процесс управления организацией
осуществляется линейным образом



**Экономические показатели торгово – хозяйственной деятельности ООО
«Автовизаж» за 2014-2016 гг. , тыс. рублей**

Показатель	Период, г.г.			Изменение 2015/2014		Изменение 2016/2015	
	2014	2015	2016	Тыс. руб.	%	Тыс. рублей	%
Товарооборот, сумма	14678	23789	26148	9111	62,07	2359	9,92
Валовый доход, сумма	4391	5897	6537	1506	34,30	640	10,85
Уровень валового дохода, %	29,92	24,79	25	-5,13	-17,15	0,21	0,85
Издержки обращения, сумма	2587	3111	3553	524	20,26	442	14,21
Уровень издержек, %	17,63	13,08	13,59	-4,55	-25,80	0,51	3,90
Прибыль от реализации товаров, сумма	1804	2786	2984	982	54,43	198	7,11
Уровень рентабельности, %	12,29	11,71	11,41	-0,58	-4,72	-0,29	-2,55

Характеристика PEST -факторов внешней среды предприятия

ООО «Автовизаж»

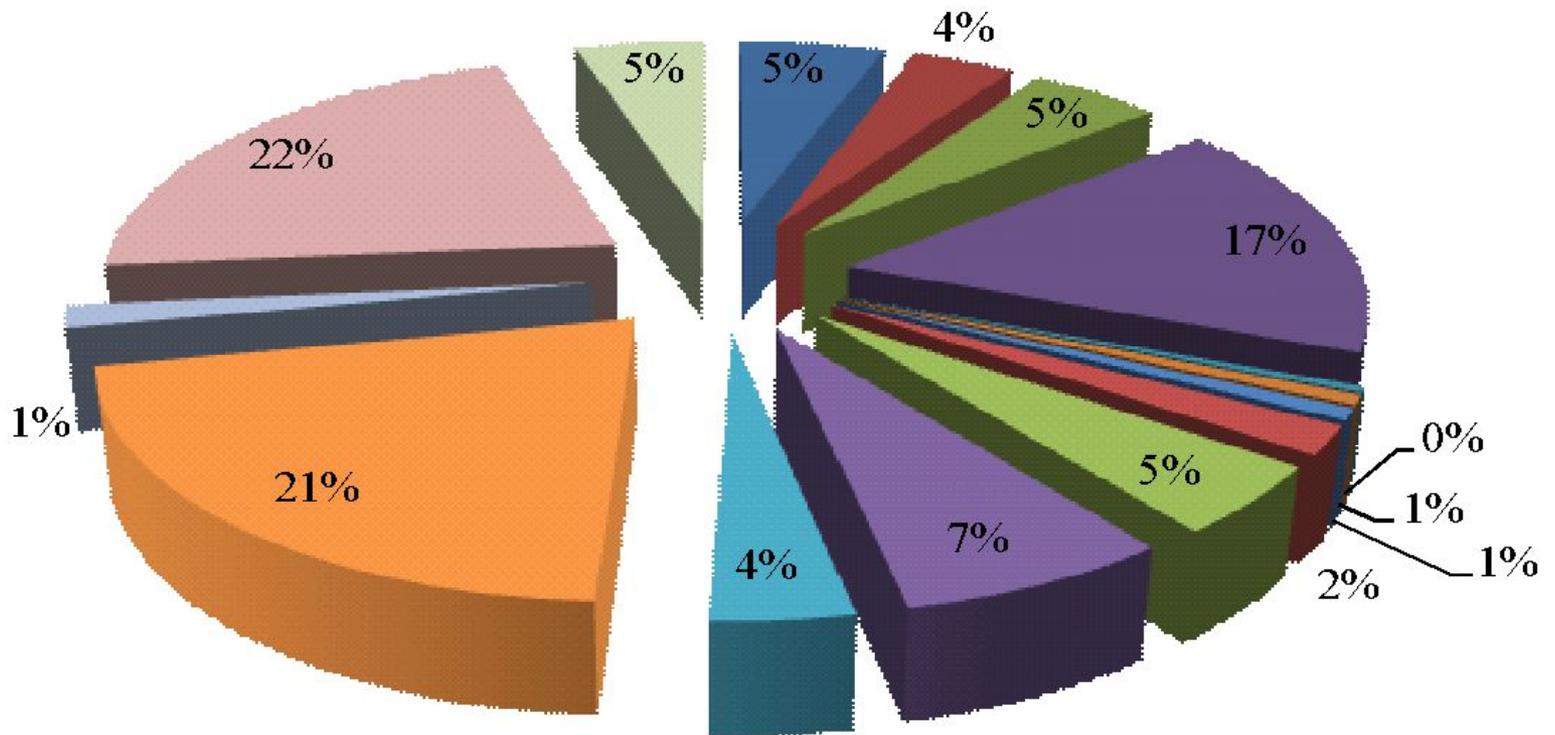
1. Политические факторы	Баллы	2. Экономические факторы	Баллы
1. Политическая стабильность органов региональной исполнительной власти	2	1. Снижение доходов населения	5
2. Государственное регулирование конкуренции в отрасли (влияние антимонопольных органов)	2	2. Повышение уровня инфляции	4
3. Повышенное внимание со стороны налоговых органов	4	3. Экономическая ситуация в России и за рубежом повлияла на развитие отечественного товаропроизводства.	2
Итого	8	Итого	11
3. Социальные факторы	Баллы	4. Технологические факторы	Баллы
1. Повышение уровня культуры и избирательности покупательской аудитории	5	1. Развитие новых технологий в сфере производства шин и дисков	4
2. Новые стили дисков и шин	2	2. Доступность технологических инноваций, что приводит к развитию региональных товаропроизводств.	3
3. Изменение потребительских предпочтений в автомобилях	5	3. Развитие инновационных маркетинговых коммуникаций, таких как интернет, интерактивные носители и т.д..	5
Итого	12	Итого	12

Профиль основной потребительской аудитории торгового предприятия «Автовизаж»

Возраст	От 30 до 50 лет
Пол	Ж (25 %), М (75%)
Размер семьи	3-5 человек
Вид профессии	Преимущественно собственники бизнеса, менеджеры высшего звена, руководители
Уровень образования	Высшее
Уровень дохода	Выше среднего
Степень случайности покупки	Не случайный характер
Поиск выгоды	Поиск на рынке товаров с высоким уровнем качества, известностью марки
Степень нуждаемости в товаре	Товар востребован редко

Структура продаж дисков и шин в разрезе, по маркам автомобилей, в %

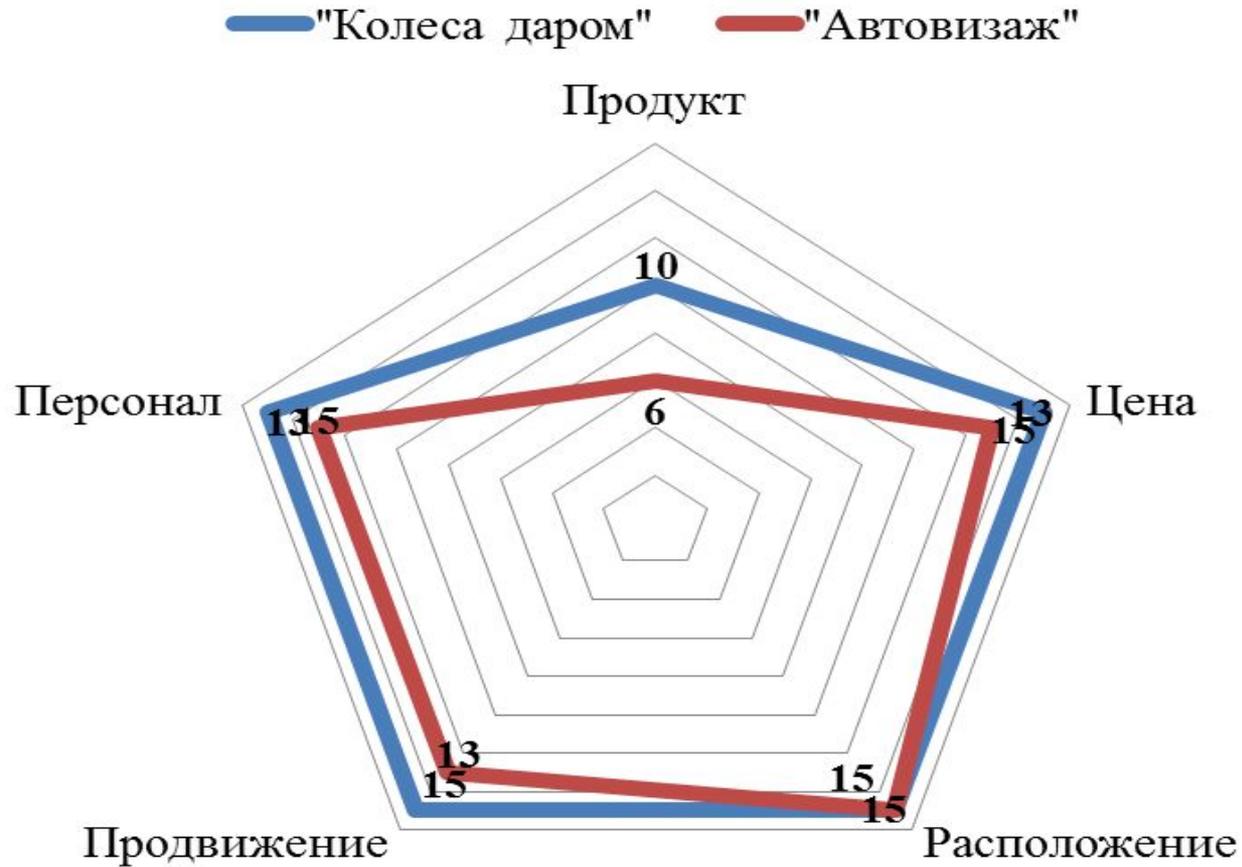
- Mercedes
- BMW
- Audi
- Toyota
- Bentley
- Cadillac
- Hummer
- Infiniti
- Jeep
- Land Rover
- Lexus
- Nissan
- Porsche
- Volkswagen
- Volvo



Оценки комплекса маркетинга «Автовизаж» и «Колеса даром»

	«Колеса даром»	«Автовизаж»
1. Качество реализуемых товаров	5	4
2. Широта и глубина ассортимента	5	2
Оценка по 1Р	10	6
3. Параметры ценовых предложений	5	5
4. Ценовое воздействие на покупателя	5	4
5. Ценовое стимулирование	5	4
Оценка по 2Р	15	13
6. Расположение склада	5	5
7. Время работы	5	3
8. Удобство денежных расчетов	5	5
Оценка по 3Р	15	13
9. Уровень узнаваемости торговой марки	5	3
10. Наличие необходимой информации о товарах и услугах магазина	5	4
11. Технология мерчандайзинга	5	5
Оценка по 4Р	15	12
12. Качество обслуживания	5	5
13. Профессионализм персонала	5	5
14. Поставщики продукции	5	5
Оценка по 5Р	15	15
Итоговая оценка	70	60

Многогранник конкурентоспособности торгового предприятия «Автовизаж»



SWOT-анализ торговой компании «Автовизаж»

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>Высокое качество реализуемых товаров Наличие скидок Продажа товаров по акциям Удобство расчетов для покупателей Эффективный мерчандайзинг Постоянные и надежные поставщики продукции Наличие сайта</p>	<p>Незначительное количество поставщиков Недостаточный уровень узнаваемости торговой марки Высокая цена реализации шин и дисков Неэффективная организация рекламы в местах расположения потенциальных клиентов</p>
Возможности	<p>Увеличение числа поставщиков Снижения издержек за счет эффективной организации доставки Установление цен ниже конкурентов</p>
Угрозы	<p>Изменение потребительских предпочтений Рост инфляции Появления новых конкурентов Снижен цен конкурентами Применение конкурентами более прогрессивных методов продвижения</p>

По результатам оценки организации маркетинговой деятельности ООО «Авовизаж» определены направления по совершенствованию системы продвижения

раздача флаеров непосредственно потенциальным клиентам компании "Авовизаж" в местах их наибольшего скопления (бизнес-центры, управления крупных компаний, элитные жилые комплексы)

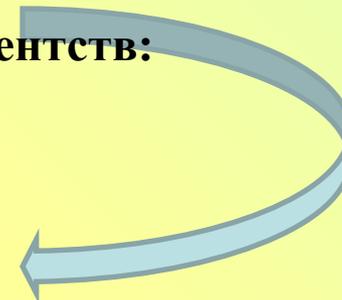
крупные наружные рекламные объекты, которые будут расположены на оживленных трассах по направлению в престижные районы, месторасположения малоэтажного строительства: призматроны, билборды и растяжки

организация рекламы с помощью программы CRM Авто ВЕБ Офис в виде автоматической рассылки сообщений в сети Интернет

Расчет затрат на изготовление и раздачу флаеров на второе полугодие 2017 г.

Наименование затрат	На 1 ед., рублей	Кол-во	Всего затраты, рублей
Изготовление макета	500	1	500
Изготовление листовок	0,85	10000	8500
Раздача листовок	1,12	10000	12000
Итого затраты			21000

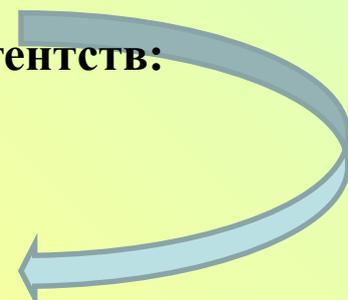
Будут использованы услуги агентств:



Общие затраты на размещение наружной рекламы на второе полугодие 2017 г.

Наименование затрат	Сумма
Затраты на изготовление макета	3700
Затраты на широкоформатную печать	76372
Затраты на размещение (6 месяцев)	658200
Итого:	738272

Будут использованы услуги агентств:



Общие затраты на использование программы АвтоОфис на второе полугодие 2017 г.

Наименование затрат	Сумма
Установка программы с приобретением лицензии	49000
Обновление лицензии	3000
Оплата ежемесячного тарифного плана (1500 рублей в месяц)	9000
Итого:	61000



Расчет общей экономической эффективности, тыс. рублей

Мероприятие	Прирост выручки, тыс. руб.	Затраты, тыс. руб.	Общий экономический эффект, тыс. руб.	Рентабельность мероприятий, %	Доходы на 1 рубль затрат
Мероприятия по флаерам и наружной рекламе	2579	759,3	1819,7	70,56	2,40
Мероприятия по внедрению инновационных методов рекламы	1934,3	61	1873,3	96,85	30,71
Итого	4513,3	820,3	3693	81,82	4,50

Спасибо за внимание!