

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра менеджмента в образовании

Повышение эффективности работы с потребителями ООО «Кредо»

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Андреевой Дарьи Владимировны

Научный руководитель:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 2019 г. / Н.В. Медведева/

Зав.кафедрой:

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 2019 г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2019

Введение. Сбыт продукции является неотъемлемой частью деятельности любой организации в условиях рыночных отношений. Компания может надеяться на реальный коммерческий успех только при условии рационально организованном сбыте продукции.

Актуальность данной темы заключается в том, что система сбыта товара является ключевым звеном маркетинга и завершающим комплексом во всей деятельности организации по созданию, потреблению и доведению товара до конечного потребителя. Сбыт продукции играет главную роль в производственно-хозяйственной деятельности организации, и именно продажи компании выступают индикатором результативности предпринимательской деятельности. А сам процесс управления сбытовой деятельностью, который включает в себя, кроме сбытовой политики, еще и товарную, ценовую, коммуникационную политику, также направлен как на решение задач повышения организационного уровня системы управления, так и на снижение неопределенности функционирования объекта управления.

Основной целью работы является оценка эффективности сбытовой деятельности ООО «Кредо» и разработка предложений по ее совершенствованию.

Задачи выпускной квалификационной работы:

- рассмотреть основы сбытовой деятельности;
- ознакомиться с основными подходами к управлению сбытовой деятельностью в современных условиях рынка;
- проанализировать направления деятельности, систему управления ООО «Кредо»;
- произвести анализ и оценку эффективности сбытовой деятельности ООО «Кредо»;
- предложить меры по совершенствованию системы продаж ООО «Кредо».

Объектом исследования выпускной квалификационной работы является процессы, управление, структура организации сбыта на предприятиях.

Предметом исследования выступают механизмы управления сбытом продукции в ООО «Кредо».

В качестве основной исходной информации были использованы книги и учебные пособия по менеджменту и маркетингу, статьи в ведущих российских журналах по экономике, менеджменту, маркетингу, в которых представлены результаты научных исследований, а также нормативная и иная документации ООО «Кредо».

В структуру выпускной квалификационной работы входят введение, 3 главы, заключение, список использованной литературы и приложение. Первая глава включает в себя основные подходы к управлению сбытовой деятельностью в современных условиях рынка. Во второй главе производится анализ сбытовой деятельности ООО «Кредо». И третья глава содержит рекомендации по совершенствованию системы продаж ООО «Кредо».

Практическая значимость исследования для предприятия ООО «Кредо» заключается в том, что была проведена объективная оценка состояния сбытовой деятельности, в процессе которой были применены методы полезные для использования их на предприятии.

Основное содержание работы. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Сбытовая деятельность – особый вид деятельности, связанный с реализацией товаров, от которой зависят конечные результаты фирмы. Данная деятельность направлена на создание определенных видов продукции безотносительно того, когда она осуществляется.

Субъектами рынка сбыта являются продавцы и покупатели, а объектом сбыта выступает непосредственно товар.

Сбытовая деятельность осуществляется через механизм операций:

- поиск потребителей;
- грамотное оформление сделки (контракта) с необходимыми для этого условиями (товар, количество, цена, качество, срок поставки) ;
- выполнить условия сделки (поставить товар потребителю, рассчитаться за поставленный товар).

Для формирования сбытовой политики необходимо выбрать наиболее эффективную схему доставки товара от производителя к потребителю, ее материализация, организация транспортировки, хранения, а также послепродажное обслуживание клиентов.

ООО «Кредо» зарегистрирована по адресу город Саратов, проспект имени 50 лет Октября, дом 132А, 410052. Предприятие действует с 21 апреля 2011 года. Директором организации ООО «Кредо» является Ключников Андрей Никитович. Размер уставного капитала 10 000 рублей. Форма собственности у организации - частная собственность. В судах организация выиграла 43% процессов в качестве истца.

Основным видом деятельности компании представляется «Торговля розничная моторным топливом в специализированных магазинах».

Достоинством организации является надежность, деловая репутация, финансовое положение.

На данный момент ООО «Кредо» является крупным поставщиком моторного топлива для автотранспорта, мотоциклов и т.п., что говорит об эффективном использовании своих преимуществ.

Линейно - функциональная организационная структура в «Кредо» обеспечивает такое разделение управленческого труда, при котором линейные звенья управления призваны командовать, а функциональные — консультировать, помогать в разработке конкретных вопросов и подготовке соответствующих решений, программ, планов.

Руководители функциональных подразделений осуществляют влияние на производственные подразделения формально. Функциональные

службы осуществляют всю техническую подготовку производства; подготавливают варианты решений вопросов, связанных с руководством процессом производства.

Анализируемая организация за все время деятельности приняла участие в 203 тендерах на общую сумму 182 096 860 рублей (по начальной максимальной цене контракта). Организация заняла первое место в 152 тендерах, в том числе в закупках у единственного поставщика; процент побед составляет 74,88%. Минимальная начальная цена контракта среди тендеров, в которых ООО «Кредо» выступает в роли участника (поставщика) – 19 000 рублей, максимальная – 10 797 150 рублей. Юридическое лицо никогда не числилось в реестре недобросовестных поставщиков.

Организация ООО «Кредо» получает продукцию с предприятия нефтепродуктообеспечения ПАО «Саратовнефтепродукт». ПАО «Саратовнефтепродукт» образовано и работает на рынке с 1918 года. Отгрузка для ООО «Кредо» осуществляется с автопарка по адресу город Саратов, поселок Увек. Реализация с нефтебазы производится по типовому договору поставки или на основании результатов биржевых торгов.

Потребителями ООО «Кредо» являются транспортные компании, образовательные учреждения, федеральные государственные унитарные предприятия, учреждения здравоохранения. Данные организации пользуются услугами ООО «Кредо», в связи с тем, что сами не занимаются транспортировкой особо опасных грузов.

Деятельность предприятия ООО «Кредо» отвечает за обеспечение доставки продукции в необходимом количестве в такое время и в такое место, которые более всего удовлетворяют интерес потребителей.

Задачами сбытовой политики организации представляются увеличение объемов продаж продукции, повышение экономической эффективности деятельности.

Отгрузка продукции чаще всего производится напрямую заказчикам, что является основной положительной чертой в сбытовой политике предприятия ООО «Кредо».

Основными конкурентами данной организации являются такие динамично развивающиеся предприятия, как ООО «Сарма», ООО «Титан Трэк».

Предприятие ООО «Кредо» имеет наиболее устойчивые отношения с основными заказчиками:

- ГУ СО «Транспортное управление»;
- ФГБОУ ВО Саратовский ГАУ;
- ФГБОУ ВО УИ ГА;
- МКУ «Транспортное Управление»;
- ООО «Балаковская Аэс – Авто».

ООО «Кредо» является поставщиком для данных предприятий более 5 лет. Предприятия показали себя, как надежные заказчики. Выражено это в своевременной оплате продукции и услуг, в своевременном (без задержек) получении товара, соблюдением всех условий договора. Данные организации всегда вносят 100% предоплату, что помогает фирме приобретать моторное топливо для последующих поставок. «Кредо» предоставляет товар с помощью грузоперевозок, в качестве грузоотправителя. В компании имеются перевозчики опасного груза, которые своевременно предоставляют продукцию грузополучателям. Время от начала исполнения договора до окончания исполнения договора в среднем занимает около двух месяцев. За это время грузополучатель, то есть ООО «Кредо», по оговоренным заранее дням поставляет продукцию заказчикам через перевозчиков. При сопровождении и оформлении закупки задействован бухгалтер – кассир, который рассчитывает все издержки и затраты, задействован отдел логистики, который руководит всеми процессами перевозки. И в окончании всей процедуры перевозчик, то есть водитель предприятия ООО «Кредо»,

доставляет груз по месту назначения в указанные сроки, а потребитель в свое время принимает товар.

Мероприятия по совершенствованию системы продаж ООО «Кредо».

Для совершенствования работы системы продаж были разработаны следующие мероприятия:

- введение отсрочки платежа для потребителей в ООО «Кредо»;
- стимулирование сбыта в ООО «Кредо».

Введение отсрочки платежа означает, что потребитель оплачивает товар позже, чем прописано в соглашении.

Формирование отсрочки платежей включает:

- определение условий предоставления товарного кредита;
- расчет максимального срока предоставления товарного кредита;
- составление всевозможных вариантов скидок за отгружаемую продукцию, в зависимости от сроков его оплаты.

В подобной ситуации у заказчика возникают преимущества, которые заключаются:

- в отсутствии необходимости изымать из оборота существенную часть средств;
- в меньшей вероятности риска получения бракованной продукции;
- в удобном погашении долга, благодаря лояльному графику.

Плюсы предоставления отсрочки платежей:

- привлечение новых заказчиков, расширение рынка сбыта;
- выстраивание долгосрочных взаимовыгодных отношений с потребителями;
- увеличение объема продаж, также прибыли.

Риски, которые может понести компания:

- сокращение объема средств в обороте и кассовыми разрывами;
- снижение ликвидности;
- появление проблемной дебиторской задолженности.

Увеличение объемов реализации может быть обусловлено под влиянием фактора, как увеличение срока отсрочки платежа. В соответствии с увеличением масштаба производства, увеличения объемов реализации, при прочих равных условиях производства, приводит к росту прибыли.

По итогам расчетов дополнительных объемов денег, которые может получить компания, с вычетом расходов, получается, что организация ООО «Кредо», предоставляя отсрочку платежей, благодаря которой привлечет около 20% новых клиентов, в год может получить прибыль на 124 000 рублей больше.

Стимулирование сбыта включает всевозможные средства стимулирования заказчиков (премии, призы), стимулирование торговли (скидки), стимулирование партнеров и персонала торговой службы (премии, надбавки).

Объектами влияния в процессе стимулирования сбыта являются покупатели, персонал отдела продаж, все люди и организации, которые могут оказывать влияние на поведение потребителей, организации и эксперты, заключения которых влияют на сбыт продукции, способы информации.

Более эффективным является относительно непродолжительное стимулирование сбыта. Кратковременность мероприятия побуждает потребителя быстро воспользоваться выгодой. Товар, приобретаемый один раз в год, нуждается в краткосрочном стимулировании (4-6 недель) в момент, когда покупка наиболее вероятна.

Цель стимулирования потребителей – добиться того, чтобы клиент стал постоянным заказчиком, заключал крупные сделки, приобретал продукцию на регулярной основе. Стимулирование потребителей может выражаться в виде небольшого процента скидок.

С помощью механизма скидок предприятие может максимизировать прибыль от продаж, увеличить свою долю рынка, повысить оборачиваемость дебиторской задолженности и улучшить показатели ликвидности. При этом

определение размера скидки является поиском компромисса между дополнительными выгодами и потерями от снижения цены.

Основные средства стимулирования сбыта:

- торговые скидки (за объем и регулярность покупок);
- предоставление отсрочки платежа;
- вручение ценных подарков;
- предоставление купонов;
- поставка части товара бесплатно;
- резкое снижение цены на товар.

Организации необходимо ввести систему надбавок и премий для персонала за определенные объемы выполненных продаж, за заключение большего и выгодного количества контрактов, за выигрыш в тендерах. Если ввести подобную мотивацию для сотрудников компании, то у персонала возникнет большая заинтересованность в увеличении объемов реализации продукции и заключении контрактов с потребителями.

Стимулирование торгового персонала может осуществляться с применением следующих методов: премии, конкурсы, путевки.

В итоге по расчетам мы выяснили, что уровень достижения уровня прибыли при стимулировании сбыта будет составлять 50%.

Заключение. В деятельности промышленных организаций ключевыми моментами служат снабжение, производство и сбыт продукции. Основная задача управления сбытом содержит в себе завоевание и поддержание компанией желанной доли рынка.

В теоретической части мы рассмотрели основы сбытовой деятельности и подходы к управлению системой сбыта в современных условиях.

В аналитической части работы мы проводили анализ деятельности, рассмотрели направления деятельности организации, систему управления, проанализировали и оценили эффективность сбытовой деятельности ООО «Кредо».

Мы выяснили, что организация занимается розничной торговлей моторным топливом, функционирует на рынке уже 8 лет, имеет стабильное место на рынке. Благодаря своей репутации и финансовой надежности имеет преимущество в своей отрасли перед конкурентами. Организация ООО «Кредо» имеет хорошую организационную структуру управления.

В заключение проекта мы выявили предложения по дальнейшему развитию системы сбыта для предприятия ООО «Кредо». Предложенными мерами по повышению эффективности сбытовой деятельности являются, стимулирование сбыта и введение отсрочки платежа заказчикам в организации, что позволит увеличить прибыль и завоевать большее число клиентов.