

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

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

Кафедра менеджмента в образовании

Повышение эффективности маркетинговой деятельности аптеки

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Кийко Марины Сергеевны

Научный руководитель

доцент кафедры менеджмента в образовании,

к.ф.н., доцент _____ «__» _____ 20__ г. /Н.Р. Вакулич/

Зав.кафедрой

д-р соц.н., доцент _____ «__» _____ 20__ г. / Н.В. Медведева/

Саратов 2020

Введение. Главной задачей маркетинга каждого предприятия является обеспечение коммерческого совершенствования компании, услуг и рабочей силы, развитие рынков товаров при помощи достижения основной цели, которая состоит в удовлетворении потребностей потребителя. Для этого достижения нужно проанализировать нужды и потребности покупателя, а также произвести выбор того рынка, который сумеет лучше других удовлетворить потребителей.

Актуальность темы обусловлена тем, что разработка комплекса маркетинга является предметом отдельного исследования. В условиях рыночной экономики успех любого предприятия либо предпринимателя зависит от правильной организации маркетинговой деятельности. Организация системы маркетинга включает в себя анализ потребителей, анализ рынка, способность соответствовать изменениям, происходящим на рынке, построение гибкой системы производства, что определяет способность предприятия не только успешно произвести продукт, но и реализовать его.

Целью данной выпускной квалификационной работы является разработка направлений совершенствования маркетинговой деятельности в ООО «Нептун».

В связи с поставленной целью необходимо решить ряд взаимосвязанных задач:

- изучить теоретические основы организации маркетинговой деятельности;
- провести анализ и выявить факторы, влияющие на эффективность маркетинговой деятельности организации;
- разработать маркетинговые мероприятия, направленные на повышение эффективности деятельности организации, оценить маркетинговый и экономический эффект.

Объектом исследования является ООО «Нептун»

Предметом исследования является маркетинговая деятельность организации.

В работе были использованы методы: сравнительный, экономико-статистический, нормативный, опрос.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные рекомендации могут быть использованы в работе аптечной организации ООО «Нептун».

Опытно-экспериментальной базой выпускной квалификационной работы - аптечная организация ООО «Нептун».

Данная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников и приложений.

Во введении обозначены актуальность работы, цель и задачи исследования, объект и предмет.

Первая глава носит теоретический характер. В данной главе представлено понятие маркетинга и маркетинговой деятельности, выявлены особенности маркетинговой деятельности аптечной организации.

Вторая глава носит практический характер. В ней представлена краткая характеристика аптечной организации, проведен анализ маркетинговой деятельности ООО «Нептун», выявлены основные проблемы в данной области.

Третья глава носит проектный характер. В данной главе разработаны рекомендации по совершенствованию маркетинговой деятельности аптечной организации и рассчитан экономический эффект от данных мероприятий.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные рекомендации могут быть использованы в практике работы аптеки ООО «Нептун».

Анализ теоретических подходов маркетинговой деятельности позволило определить основные подходы к организации маркетинговой деятельности. В ходе исследования выявлены отраслевые особенности, оказывающие влияние на маркетинговую деятельность аптечной организации: высокие требования к лекарственным средствам, влияние государственных органов, поведение компаний-производителей.

Анализ деятельности ООО «Нептун» позволил сделать следующие выводы:

- На сегодняшний день у ООО «Нептун» есть все для хорошей, стабильной, высокоэффективной работы: и квалифицированные кадры, и оборудование, и месторасположение аптеки.

- Основными потребителями продукции являются люди в возрасте от 36 лет и старше, мужчины и женщины, доход которых средний и ниже среднего. В целом можно судить о хорошей репутации аптеки ООО «Нептун».

- Для привлечения покупателей и продвижения продукции ООО «Нептун» использует различные рекламные средства. В большей степени это: информационные материалы (листовки, брошюры), которые дают возможность клиенту получить достаточный объем информации для принятия решения о покупке аптечной продукции организации.

- Анализ маркетинговой деятельности данной аптечной организации позволили выявить недостаточное использование различных способов продвижения, недостаточное использование возможностей Интернет. Не использование в маркетинговой деятельности организации возможностей мерчандайзинга.

- Сравнительный анализ конкурентных преимуществ проведен по 5-бальной шкале. Оценка уровня конкурентоспособности ООО «Нептун» свидетельствует о том, что относительно конкурентов у анализируемой организации уровень конкурентоспособности является более низким, его значение составило 3,6.

-Современное состояние экономики оказывает значительное влияние на деятельность ООО «Нептун».

Мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности организации. Для совершенствования маркетинговой деятельности аптечной организации разработаны следующие мероприятия:

- стратегия усиления позиции на рынке;
- введение в штат организации специалиста по маркетингу;
- разработка рекламной кампании.

Затраты, связанные с оплатой труда маркетолога, составят 390 тыс.600 руб. В 2016-2018 гг. функции маркетолога выполнял администратор. Доплата за совмещение составляла 7 тыс.руб. в месяц. Планируемый рост продаж составит 7% в год (по мнению экспертов). Прогнозное значение выручки будет равно 656 тыс.руб., дополнительная прибыль составит 265,4 тыс.руб.

Специалист по маркетингу будет проводить анализ конкурентов, осуществлять мониторинг цен на лекарственные препараты основных конкурентов аптеки, осуществлять разработку и реализацию маркетинговых мероприятий, оценить эффективность маркетинговой деятельности, делать отчеты об эффективности маркетинговой деятельности.

В рамках разработки второго мероприятия разработана программа продвижения ООО «Нептун».

Основными средствами продвижения в сети Интернет будут использование контекстной рекламы, использование поведенческого таргетинга, означающего отслеживание интересов и предпочтений покупателей при помощи использования cookies. Т.е. будет проходить отбор потенциальных потребителей товаров аптеки.

Следующим средством будет выступать использование географического таргетинга, необходимого для рекламы именно в Саратовской области. Географический таргетинг важно использовать т.к. основные покупатели – это жители р.п. Татищево Саратовской области.

Будет также применять и социально-географический таргетинг. Целевой аудиторией являются покупатели разного возраста, пол практически значения не имеет. Возможно использование и временного таргетинга.

Кроме того, предлагается использовать ATL и BTL активности.

В качестве ATL активностей будет использоваться: телевидение, радио наружная реклама внутренняя реклама.

В качестве BTL активностей возможно использовать профессиональные мероприятия (возможно проведение в аптеке дней бесплатных консультаций врачей-специалистов).

В качестве каналов распределения контекстной и таргетированной рекламы – Интернет будут выступать популярные и наиболее посещаемые социальные сети. Будут использоваться именно те сети, которые являются популярными среди целевой аудитории данной аптеки (а именно ВКонтакте, Одноклассники).

Сумма затрат на продвижение продукции и привлечение новых покупателей составит 1248960 руб.

Предлагается создание сайта аптеки. Затраты составят 57 000 руб.

Бюджет затрат на рекламу в сети Интернет составят 426000 руб. Общие затраты на рекламные мероприятия составят 1 674 960 руб.

Рентабельность продвижения 30,7%, т.е. можно сказать, что от каждого вложенного рубля на продвижение продукции организация получит 11,1 коп. дополнительной прибыли.

В целом затраты на совершенствование маркетинговой деятельности сложатся из затрат на найм специалиста по маркетингу и затрат на продвижение продукции ООО «Нептун» и составят 2064,96 тыс.руб.

Дополнительная прибыль в результате предложенных мероприятий будет равна 2152,3 тыс.руб.

Заключение. В теоретической части работы были рассмотрены вопросы маркетинга и маркетинговой деятельности. На основании рассмотренного материала можно сделать следующие выводы:

- маркетинг оказывает влияние на все сферы деятельности организации. Направлением маркетинга является создание рынков и потребностей.

- маркетинговую деятельность можно определить как процесс реализации маркетинговых мероприятий, которые направлены на продвижение товаров на рынок, расширение ассортимента, повышения удовлетворенности потребителей реализуемыми товарами. Основная цель маркетинговой деятельности заключается в повышении коммерческой эффективности бизнеса. Можно сказать, что именно маркетинговая деятельность позволяет обеспечить надежную и достоверную информацию о рынке, структуре и динамике конкретного спроса, вкусах и предпочтениях потребителей. Данная деятельность позволяет создавать товары, наборы товаров (ассортимент), который более полно будет удовлетворять требования рынка, а также маркетинговая деятельность может воздействовать на потребителя, на спрос, на рынок, обеспечивая максимально возможный контроль сферы реализации.

- маркетинговая деятельность имеет существенное значение для любого предприятия. Использование различных средств маркетинга позволяет организации увеличить количество потенциальных клиентов, расширить рынки, увеличить объемы продаж. Важен маркетинг и для аптечных организаций.

- на маркетинговую деятельность аптечной организации существенное влияние оказывают отраслевые особенности, высокие требования к лекарственным средствам, влияние государственных органов, поведение компаний-производителей. Можно сказать, что осуществление маркетинговой деятельности аптечной организации происходит в условиях существенных ограничений.

- оценка деятельности ООО «Нептун» свидетельствует о том, что наибольшая доля в ассортименте продукции приходится на лекарства и БАДы. Численность работников на конец анализируемого периода составила 16 человек. За анализируемый период отмечается увеличение основных экономических показателей.

- организацией маркетинговой деятельности в организации по совместительству занимается администратор. В его обязанности кроме свойственных данной профессии, входят анализ рынка, конкурентов, разработка предложений по продвижению продукции и услуг аптеки.

- среди средств продвижения ООО «Нептун» в большей степени использует рекламу: печать листовок с информацией о реализуемых лекарственных средствах и скидках на них и рекламу на радио.

- отмечается увеличение расходов по всем видам рекламных мероприятий.

На основе проведенного исследования определены следующие проблемы:

- неполное использование возможностей рекламы;
- недостаточное продвижения ООО «Нептун» в сети Интернет;
- отсутствие сайта аптеки.

Для решения выявленных проблем в данной работе разработана программа мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности.

В целом затраты на совершенствование маркетинговой деятельности сложатся из затрат на введение в штат организации специалиста по маркетингу и затрат на продвижение продукции ООО «Нептун» и составят 1823,5 тыс.руб.

Мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности будут способствовать увеличению финансовых результатов. Прогноз выручки составит 45%, рост прибыли от продаж - 16,7%, эффективность маркетинговой деятельности составит в прогнозном периоде 16,1%.

