

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ «СИНЕРГИЯ»

Колледж «Синергия»

Кафедра \_\_\_\_\_

**ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА –  
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

**на тему: \_Особенности коммерческой деятельности в  
сфере розничной торговли (на примере ОАО  
«Агрофирма «Птицефабрика  
Сеймовская»)\_» \_\_\_\_\_**

\_\_\_\_\_  
*Специальность 38.02.04 Коммерция (по отраслям)*

*Бодякова Ольга Викторовна*

*Коваленкова Анастасия Сергеевна*

## ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ

---

**Цель** выпускной квалификационной работы – разработать рекомендации развития коммерческой деятельности предприятия «Агрофирма «Птицефабрика «Сеймовская».

**Задачи:**

- изучить понятие розничной торговли;
- рассмотреть сущность и содержание коммерческой деятельности организаций в розничной торговле ;
- охарактеризовать современные направления повышения эффективности коммерческой деятельности розничных торговых предприятий;
- дать общую характеристику ОАО "Агрофирма" Птицефабрика Сеймовская";
- провести анализ внешней и внутренней среды ОАО "Агрофирма" Птицефабрика Сеймовская";
- проанализировать коммерческую деятельность ОАО "Агрофирма" Птицефабрика Сеймовская";
- рассмотреть основные пути повышения уровня коммерческой деятельности ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская»;
- оценить эффективности предложенных мероприятий.

# Целевая аудитория ОАО «Агрофирма «Птицефабрика Сеймовская»

| Сегмент               | Социально-демографический критерий | Поведенческий критерий                                             |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|
| Корпоративные клиенты | Фирмы, юридические лица            | Постоянные клиенты, с которыми заключен договор на сотрудничество. |

# Оценка конкурентной позиции относительно прямых конкурентов

| Направления оценки                                                                  | (1-8) | АО "ПРОДО<br>ПТИЦЕФАБРИКА<br>ПЕРМСКАЯ" |    | ООО<br>"УРАЛЬСКАЯ<br>МЯСНАЯ<br>КОМПАНИЯ" |    | АО<br>"ПТИЦЕФАБРИ<br>КА<br>КРАСНОДОНС<br>КАЯ" |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------|----|------------------------------------------|----|-----------------------------------------------|-----|
| 1. Количество поставщиков                                                           | 8     | 4                                      | 32 | 4                                        | 32 | 4                                             | 32  |
| 2. Качество рекламной кампании                                                      | 6     | 3                                      | 18 | 4                                        | 24 | 4                                             | 24  |
| 3. Продажи через Интернет                                                           | 4     | 0                                      | 0  | 3                                        | 12 | 5                                             | 20  |
| 4. Возможность доставки                                                             | 1     | 5                                      | 5  | 3                                        | 3  | 4                                             | 4   |
| 5. Рассылка рекламы / объявл.                                                       | 3     | 4                                      | 12 | 3                                        | 9  | 4                                             | 12  |
| 6. Система мотивации потребительского спроса (акции, скидки, накопительные системы) | 7     | 3                                      | 21 | 2                                        | 14 | 5                                             | 35  |
| Итого                                                                               |       |                                        | 88 |                                          | 94 |                                               | 127 |

# PESTLE —анализ для ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская»

| Факторы                                  | Оценка влияния<br>(от —3 до +3) |
|------------------------------------------|---------------------------------|
| Политические факторы                     | 0                               |
| Лицензирование                           | +1                              |
| Уровень бюрократии в РФ                  | —2                              |
| Ужесточение регулирования                | +1                              |
| Экономические факторы                    | -5                              |
| Инфляция в РФ                            | —2                              |
| Средний доход в РФ                       | —2                              |
| Кризис                                   | —1                              |
| Социальные факторы                       | +4                              |
| Повышение информированности              | +1                              |
| Снижение страха перед кредитованием      | +2                              |
| Образованность населения                 | +1                              |
| Технологические факторы                  | 0                               |
| Темпы изменений                          | -1                              |
| Необходимость технического переоснащения | +2                              |
| Применение электронного документооборота | -1                              |

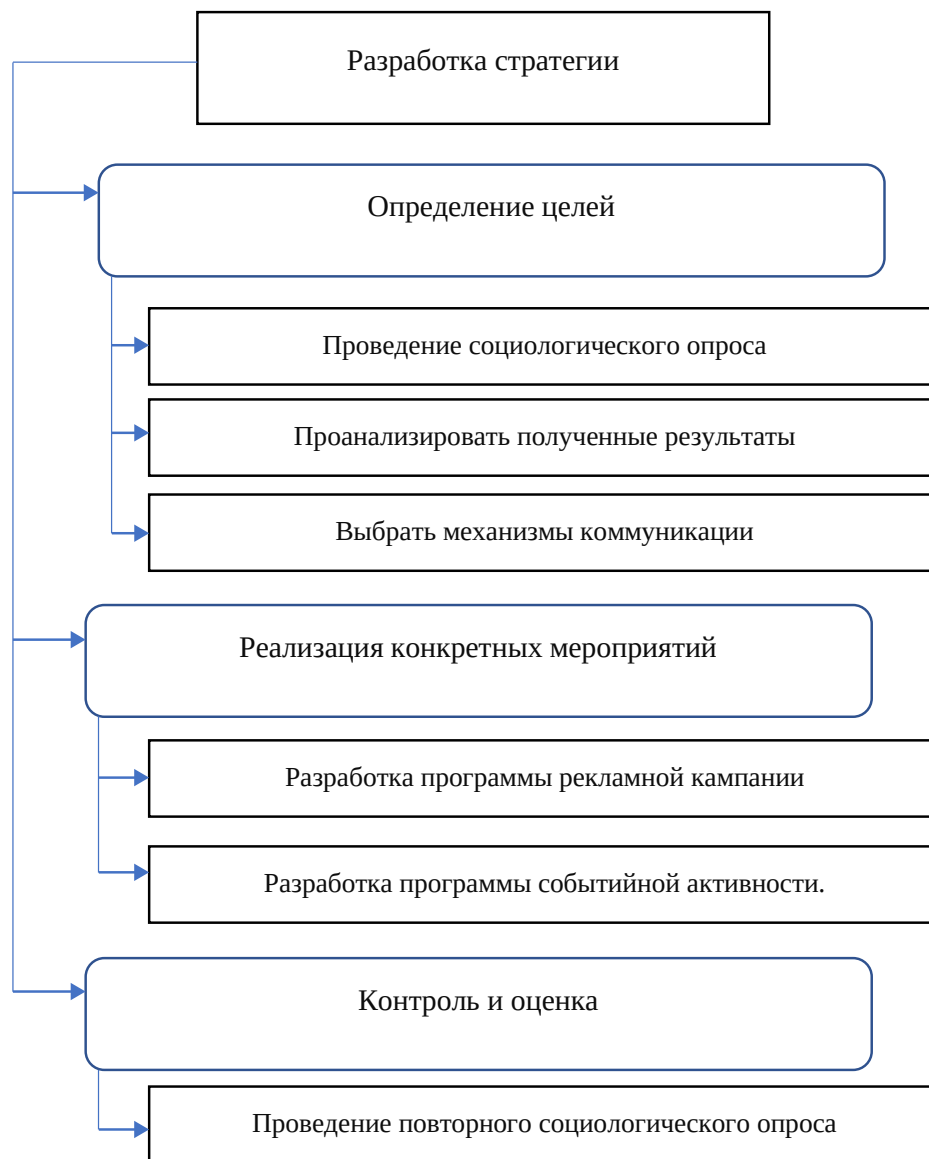
# Средства коммуникации ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская»

| Средство коммуникации                           | Описание                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Сайт компании                                   | Сайт содержит каталог, возможность запросить прайс. Недостатком сайта является невозможность заказать обратный звонок, чтобы менеджеры компании могли связаться с потенциальным покупателем или же оставить интересующий вопрос. |
| Социальные сети                                 | В социальной сети «Вконтакте» компания имеет официальную группу, в которой публикует новости о выпуске новых видов продукции, акции и скидки.                                                                                    |
| Скидка на заказ определенного количества товара | Данная акция распространяется на юридических лиц. Заказ можно оформить в режиме онлайн на почту компании.                                                                                                                        |
| Рассылка сообщений                              | Массовая рассылка майл-сообщений покупателям-юридическим лицам с информацией о новых видах продукции, действующих акциях.                                                                                                        |

# Факторы SWOT-анализа ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская»

| Организация            | Рынок                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                        | Возможности                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Угрозы                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Сильные стороны</b> | <p>Используя сильные стороны, организация может использовать возможности:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- использую современное высокотехнологичное производственное оборудование возможно расширить ассортимент выпускаемой продукции;</li> <li>- наличие собственной лаборатории позволяет улучшить механизм контроль качества продукции.</li> </ul> | <p>Основными угрозами предприятия являются снижение платежеспособного спроса на продукцию в условиях нарастающего экономического кризиса, а также высокая степень конкуренции - большое количество предприятий, производящих схожую продукцию.</p> |
| <b>Слабые стороны</b>  | <p>Из-за существенной зависимости организации от ценовой политики поставщиков расширение ассортимента продукции становится затруднительным. Из-за изношенности некоторого оборудования возможен ограниченный объем продаж.</p>                                                                                                                                      | <p>Если организации не удастся провести рекламную политику по продвижению продукции в других регионах, то негативно скажется ограниченная емкость рынка на дальнейшем развитии предприятия.</p>                                                    |

# Сетевой график антикризисной стратегии



# Календарный план рекламной кампании

| Этап                  | Мероприятие в рамках этапа                                                                                                 | Время проведения      |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|
| Подготовительный этап | Проведение социологического исследования (анкетирование)                                                                   | 01.09.2023-15.09.2023 |
|                       | Заключение договора с ТВ программами о размещении рекламы                                                                  | 16.09.2023-30.09.2023 |
|                       | Ведение переговоров с Интернет-сайтами, социальными сетями                                                                 | 01.10.2023-11.10.2023 |
|                       | Ведение переговоров с печатными СМИ                                                                                        | 15.10.2023-21.10.2023 |
|                       | Разработка рекламного видеоролика                                                                                          | 22.10.2023-30.10.2023 |
| Этап реализации       | Запуск рекламы на телевидение                                                                                              | 01.11.2023-10.11.2023 |
|                       | Размещение рекламы в печатных СМИ                                                                                          | 12.11.2023-24.11.2023 |
|                       | Размещение рекламы в Интернет                                                                                              | 25.11.2023-28.11.2023 |
| Заключительный этап   | Проведение социологического исследования (повторное проведение анкетирования, для оценки эффективности рекламной кампании) | 01.02.2024-25.02.2024 |
|                       | Анализ полученной информации                                                                                               | 26.02.2024-10.03.2024 |
|                       | Подготовка итогового отчета                                                                                                | 11.03.2024-15.03.2024 |

# Медиа-график размещения рекламного ролика

| Носитель           | Место размещения/<br>формат                 | Сроки<br>(2023 г.) | Периодичность            | Кол-во размещений |
|--------------------|---------------------------------------------|--------------------|--------------------------|-------------------|
| Канал СТС          | Ролик 30 секунд                             | 01.11 - 01.12      | Каждый день              | 165 (5 раз/день)  |
| Канал ТНТ          | Ролик 30 секунд                             | 01.11 - 01.12      | Каждый день              | 165 (5 раз/день)  |
| Канал Пятница      | Ролик 30 секунд                             | 01.11 - 01.12      | Каждый день              | 165 (5 раз/день)  |
| ВКонтакте          | Слева на<br>странице<br>небольшие<br>банеры | 01.11 - 31.12      | Постоянное<br>размещение | -                 |
| Facebook           | Страница                                    | 01.11 - 31.12      | Постоянное<br>размещение | -                 |
| «Птицеводство<br>» | На развороте                                | 12.11 - 24.11      | Раз в месяц              | -                 |
| «Птица»            | На развороте                                | 12.11 - 12.12.     | Раз в неделю             | -                 |

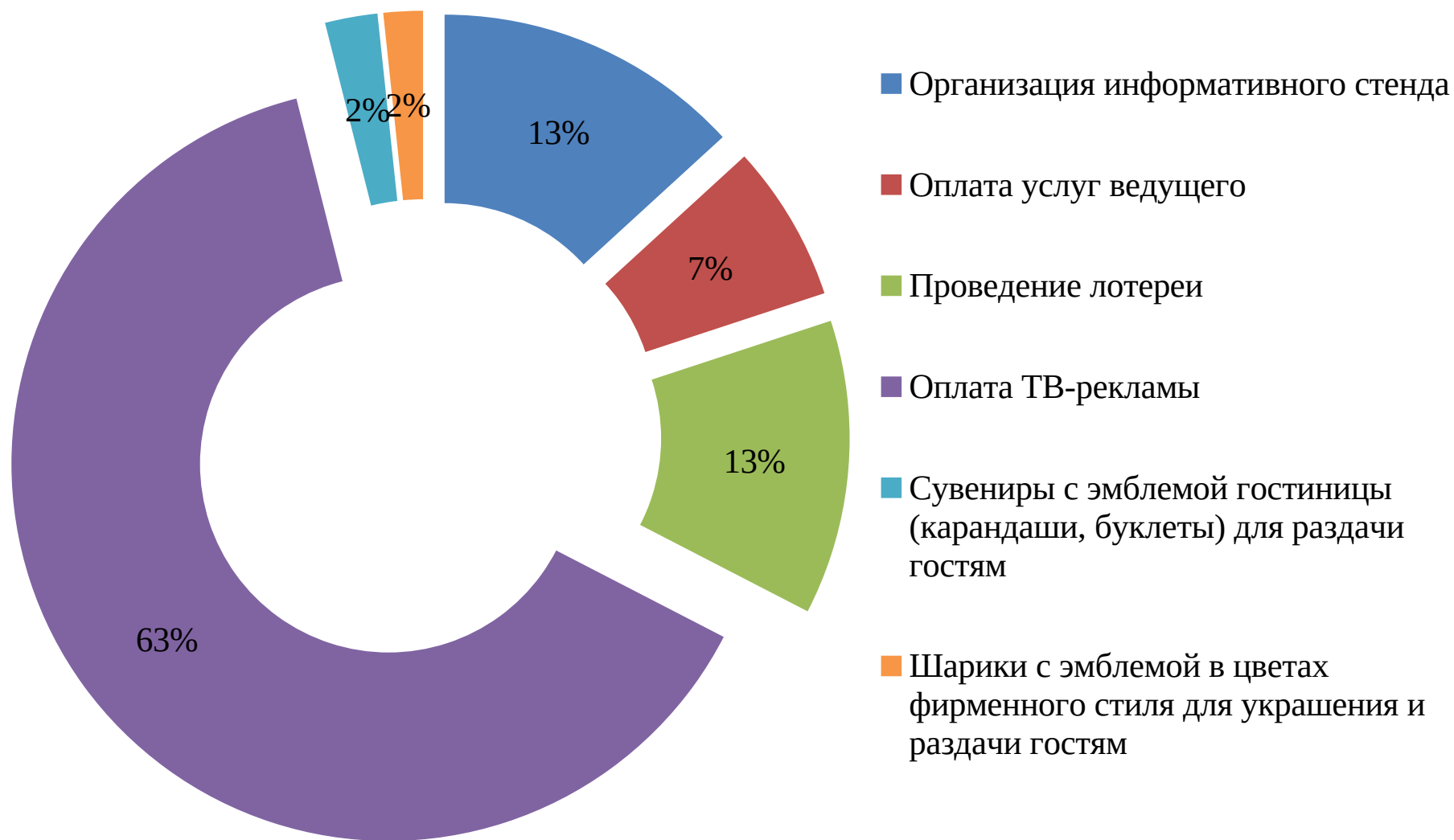
# Бюджет проекта

| Статья расходов                          | Кол-во эфирного времени     | Стоимость минуты эфирного времени | Общая стоимость |
|------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------|-----------------|
| Проведение социологического исследования | анкетирование               | стоимость анкетирования<br>75 000 | 75 000          |
| Создание рекламного Видеоролика          | 30 секунд                   | 112 369                           | 112 369         |
| Показ видеороликов на СТС                | 165                         | 42 600                            | 7 029 000       |
| Пока видеороликов Пятница                | 165                         | 36 870                            | 6 083 550       |
| Показ видеороликов на ТНТ                | 165                         | 51 470                            | 8 492 550       |
| ВКонтакте                                | Постоянное размещение - дня | 44 000                            | 44 000          |
| «Птицеводство»                           | 1 рекламная статья          | 181 200                           | 181 200         |

# Затраты на проведение мероприятия в рамках программы событийной активности для ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская»

| Статья затрат                                                                 | Сумма, руб  |
|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1.Организация информативного стенда                                           | 35 500, 00  |
| 2.Оплата услуг ведущего                                                       | 32 000, 00  |
| 3.Проведение лотереи, в том числе:                                            |             |
| - денежный выигрыш                                                            | 100 000,00  |
| - сертификат                                                                  | 20 000, 00  |
| - изготовление барабана в цвете фирменного стиля для проведения лотереи       | 1 500,00    |
| 4.Оплата ТВ-рекламы                                                           | 113 000, 00 |
| 5.Сувениры с эмблемой предприятия (карандаши, буклеты) для раздачи гостям     | 14 000, 00  |
| 6. Шарики с эмблемой в цветах фирменного стиля для украшения и раздачи гостям | 30 000,00   |
| Итого                                                                         | 346 000, 00 |

# Структура затрат на проведение презентации



# Заключение

В ходе работы был проведен анализ финансовой деятельности предприятия, согласно которому, прибыль от продаж возросла примерно на 25% с 2020г. по 2022 г., рентабельность от продаж увеличилась с 2020г. по 2022г. на 5%. А вот валовое производство ОАО «Агрофирма «Птицефабрика Сеймовская» снизилось с 2020г. по 2022г. на 11%. Снижение коснулось и затрат на производство, оно снизилось на 1%.

В работе были представлены антикризисные мероприятия, и рассчитана их экономическая эффективность.

В результате реализации всех предложенных мероприятий прирост прибыли составит более 400%, то есть более чем в 3 раза.

Данное значительное увеличение прибыли приведет к росту такого показателя эффективности деятельности ОАО «Агрофирма Птицефабрика Сеймовская» как рентабельность, что свидетельствует о целесообразности реализации предложенных мероприятий.

Спасибо за внимание!