

**РАСПРОСТРАНЕНИЕ ЦВЕТНЫХ РЕКЛАМНЫХ БУКЛЕТОВ  
НЕПОСРЕДСТВЕННО В МЕСТАХ ПРОДАЖИ ТОВАРОВ  
НА ООО «КЕМЕРОВСКИЙ ХЛАДОКОМБИНАТ» Г. КЕМЕРОВО  
КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА**

**Вострикова Н. А.**

ГАПОУ «Кузбасский педагогический колледж»

г. Кемерово, Российская Федерация

В количественном отношении стимулирование продаж главным образом направлено на потребителя. Оно обращено к самым широким массам и имеет своей целью обеспечить продажу товара, создать поток потребителей непосредственно в том месте, где осуществляется продажа товара. В этом состоит отличие стимулирования сбыта от приемов прямого маркетинга, которые обращены непосредственно к каждому потенциальному покупателю с тем, чтобы побудить его к заказу товара вне места торговли.

Предлагается провести рекламную акцию продукции «Золотая тетра», раздавая рекламные буклеты потенциальным покупателям, проходящим в магазины. В ярких красочных буклетах рассказывается об ассортименте продукции торговой марки «Золотая тетра», предоставляются цветные фотографии этой продукции, указываются вес, состав и цена, а также приводится краткая историческая справка об ОАО «Кемеровский хладокомбинат», указываются награды, полученные предприятием на ярмарках и выставках-продажах. Затраты на оплату услуг распространителей составят 30 000 рублей, по одному рублю за каждый буклет.

При внедрении этого мероприятия прогнозируемый объем реализации продукции увеличится на 5 %, в связи с ознакомлением с ассортиментом продукции «Золотая тетра», составом и ценой.

Объем реализации продукции в 2006 году составил 327 910,52 тыс. рублей. Объем реализации продукции после мероприятия – 344 306,04 тыс. рублей:  $(327\ 910,52 \times 1,05 = 344\ 306,04 \text{ тыс. руб.})$ .

Находим дополнительную прибыль ( $P_{\text{доп}}$ ), которую ОАО «Кемеровский хладокомбинат» получит в результате увеличения объема реализации продукции на 5 %:  $P_{\text{доп}} = 2027,93 \text{ тыс. руб.}$

Таким образом, в результате распространения цветных рекламных буклетов непосредственно в местах продажи товаров торговой марки «Золотая тетра» ОАО «Кемеровский хладокомбинат» получит прибыль в размере 1796,93 тыс. рублей.

Проведение презентации.

Сегодня, прежде чем совершить покупку, люди стараются собрать как можно больше информации из разных источников, в т. ч. из тех,

которые производитель не может контролировать: от друзей и знакомых, из независимых печатных изданий и программ телевидения и т. д. Поэтому на решение о покупке влияют множество факторов, в т. ч. случайных и недостоверных.

Далее предлагается провести презентацию новых видов пресервы с бесплатной дегустацией и раздачей рекламных буклетов. Презентация должна проходить непосредственно в месте продажи продукции «Золотая тетра». К проведению акции необходимо привлечь специалистов (в количестве двух человек), которые должны знать все компоненты презентуемой продукции. Задачи специалистов: привлечение внимания покупателей; рассказ о продукте; помощь в принятии решения о покупке; раздача рекламных буклетов. Для проведения акции нам необходимо определенное количество бесплатных образцов пресервы. Затраты на печать 6000 буклетов составят 42 000 рублей, по 7,00 рублей за единицу. Затраты на оплату труда специалистов составят 3000 рублей. Общие затраты на проведение презентации составят 58 100 рублей. Ожидаемое увеличение объема продаж после проведения данного мероприятия – 7 %. В результате проведения презентации ООО «Кемеровский хладокомбинат» получит прибыль в размере 2781 тыс. рублей.

Таким образом, в условиях функционирования рыночных отношений предприятия изучают конъюнктуру рынка, возможности партнеров, движение цен и на их основе организуют материально-техническое обеспечение собственного производства, приобретая ресурсы на рынке товаров и услуг. В организации обеспечения предприятия материальными ресурсами ведущая роль принадлежит плану материально-технического снабжения, определяющему потребность в ресурсах на плановый период и источники ее покрытия.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. ООО «Кемеровский хладокомбинат» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.checko.ru/company/khk.ru](http://www.checko.ru/company/khk.ru).
2. Алтынбаева, Э. Р. Экономический анализ и организация производства: учеб. пособие / Э. Р. Алтынбаева. – Казань: Казан. гос. энерг. ун-т, 2020. – 98 с
3. Экономика и анализ деятельности промышленного предприятия: учеб. пособие / Н.Е. Калинина [и др.]. – Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2016. – 124 с