

ДОКЛАД

ЗА ЦЕЛЕСЪОБРАЗНОСТ И ЕФЕКТИВНОСТ НА МАРКЕТИНГОВИТЕ РАЗХОДИ

Съгласно направения анализ по зададените числа се изчислиха някои показатели относно стопанската дейност след предприемане на маркетинговата кампания. В таблицата по-долу са показани изходните данни и резултатните такива включително абсолютното изменение във величините на всеки показател. В резултат на анализа се достигна до следните заключения:

1) Увеличаването на нетните приходи от продажби и новите маркетинговите разходи от 28 000 лв. ще имат за резултат абсолютен маркетингов принос от 117 000 лв. Имайки предвид, че маркетинговия разход е по-малък от абсолютния принос, то считаме, че планираната кампания за целесъобразна.

2) Всички резултатни показатели от дейността (брутни, оперативни и нетни) се увеличават значително.

3) Рентабилността на продажбите (чистата рентабилност) се увеличава с повече от 50%. Това означава, че ще се реализира по-голяма печалба от 1 лв. приход от продажби.

4) Обръщаемостта и възвращаемостта на активите се повишават незначително в абсолютно измерение. Това може да доведе до незначителна натовареност на ресурсите (човешки и материални) в осъществяването на дейност. И кумулативно със забележката по горната точка маркетинговата кампания се разглежда като ефективна.

5) Икономическата печалба се увеличава с приблизително 1/3, което е добър сигнал относно съответствие на предлаганата маркетингова кампания.

Като цяло предложената маркетингова кампания е целесъобразна от гледна точка на предложените маркетингови разходи.