

Приложение В

| Наименование изделия | Цена за единицу, руб. | Кол-во продаж в отчетном году, ед. | | Объем продаж, тыс.руб. | | Процент выполнения плана по объему выручки, % | Отклонение фактического объема продаж от запланированного, тыс.руб. |
|---|-----------------------|------------------------------------|------------|------------------------|------------|---|---|
| | | по плану | фактически | по плану | фактически | | |
| Текстовыделитель | 157 | 164 | 1262 | 25,7 | 198,1 | 769,51 | 172,4 |
| Ручка шариковая | 51 | 1250 | 1325 | 63,8 | 67,6 | 106 | 3,8 |
| Тетрадь | 133 | 1112 | 1110 | 147,9 | 147,6 | 99,82 | -0,3 |
| Бумага листовая для офисной техники формат А4 | 370 | 1450 | 1460 | 536,5 | 540,2 | 101 | 3,7 |
| Итого | - | - | - | 773,9 | 953,5 | 123,21 | 179,6 |

Вывод: опираясь на данные таблицы, можно сделать вывод, что фактический объем продаж «Текстовыделителя» превышает плановый объем продаж на 669,51% (172,4 тыс. руб.), фактический объем продаж «Ручки шариковой» превышает плановый на 6% (3,8 тыс. руб.), а фактический объем продаж «Бумаги листовой для офисной техники формата А4» больше планового на 1% (3,7 тыс. руб.). Но фактический объем продаж «Тетради» оказался меньше планового на 0,18% (0,3 тыс. руб.).

В этом году, несмотря на небольшое невыполнение плана по одному товару, итоговый плановый объем продаж был перевыполнен на 23,21%, то есть 179,6 тыс. руб., что говорит о хороших продажах в ООО «Глобус» в этом году.

Для роста объема продаж ООО «Глобус» может использовать следующие средства:

- 1) проведение акций и скидок;
- 2) публикация рекламы на интернет-ресурсах и в социальных сетях;
- 3) сотрудничество с крупными канцелярскими брендами (Brauberg, Erich Krause);
- 4) коллаборация с известным блогером (реклама от него или создание продукции от него);
- 5) организация конкурсов и розыгрышей призов.