


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра маркетинга и международного
менеджмента

Допущено к защите
Заведующий кафедрой
 Е.А. Гречишкина
08.06.2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА


на тему:

"Оценка эффективности и совершенствование системы сбытовой деятельности
предприятия (на материалах ОАО "Пинский комбинат хлебопродуктов")"


Студент
1-26 02 03 "Маркетинг",
4 курс, 18МПП-1


Мария Сергеевна Микаева
06.06.2022

Научный руководитель
Заведующий кафедрой маркетинга
и международного менеджмента,
к.э.н., доцент


Елена Александровна Гречишкина
08.06.2022

ПИНСК 2022


08.06.2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 66 страниц, 18 таблиц, 7 рисунков, 50 источников, 6 приложений.

СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СИСТЕМА, УПРАВЛЕНИЕ, МУКОМОЛЬНАЯ ПРОМЫШЛЕННОСТЬ, ПРОИЗВОДСТВО, ПРЕДПРИЯТИЕ, ОЦЕНКА, СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

Цель дипломной работы состоит в исследовании системы сбытовой деятельности предприятия и разработка рекомендаций по ее совершенствованию для ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”.

Объект исследования – хозяйственная и сбытовая деятельность ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”.

Предмет исследования – система сбытовой деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”.

При выполнении работы использованы методы теоретические (теоретический анализ и синтез, индукция, дедукция, классификация, абстрагирование и моделирование) и эмпирические (наблюдение, измерение, изучение документов, методы статистики и математического анализа), (перечисление).

В процессе работы выполнены следующие исследования и разработки: проанализирована организация системы подразделений на предприятии, рассчитаны финансово-экономические показатели деятельности предприятия, разработаны мероприятия по совершенствованию системы сбытовой деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”.

Технико-экономическая и социальная значимость: внедрение предложений по установке на предприятии специальной программы “Коралл” по расчету рациона для кормления животных, что даст возможность оказывать услуги по составлению индивидуального рецепта комбикормов и поможет в совершенствовании системы сбытовой деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчётно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоретические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.



(подпись студента)

ABSTRACT

Diploma work: 66 pages, 18 tables, 7 drawings, 50 sources, 6 applications.

SALES ACTIVITIES, SYSTEM, MANAGEMENT, MILLING INDUSTRY, PRODUCTION, ENTERPRISE, EVALUATION, IMPROVEMENT, EFFICIENCY.

The purpose of the thesis is to study the system of marketing activities of the enterprise and develop recommendations for its improvement for JSC "Pinsky Combine of bread products".

The object of the study is the economic and marketing activities of JSC Pinsky Combine of Bread Products.

The subject of the study is the system of marketing activities of JSC Pinsky Combine of Bread Products.

Theoretical methods (theoretical analysis and synthesis, induction, deduction, classification, abstraction and modeling) and empirical (observation, measurement, study of documents, methods of statistics and mathematical analysis), (enumeration) were used in the performance of the work.

In the course of the work, the following research and development was carried out: the organization of the system of divisions at the enterprise was analyzed, financial and economic indicators of the enterprise's activity were calculated, measures were developed to improve the sales system of JSC Pinsky Combine of Bread Products.

Technical, economic and social significance: the introduction of proposals for the installation at the enterprise of a special program for calculating the ration for feeding animals, which will help to provide services for the preparation of an individual recipe for compound feeds to improve the system of marketing activities of the enterprise.

The author of the work confirms that the computational and analytical material given in it correctly and objectively reflects the state of the process under study, and all theoretical, methodological and methodological provisions and concepts borrowed from literary and other sources are accompanied by references to their authors.



(student's signature)

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ	7
1.1 Понятие и сущность сбытовой деятельности предприятия, основные каналы сбыта продукции	7
1.2 Направления совершенствования сбытовой деятельности производственного предприятия	13
1.3 Методы оценки эффективности сбытовой деятельности предприятия	17
ГЛАВА 2 ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО “ПИНСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ”	21
2.1 Организационно-управленческая характеристика ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”	21
2.2 Финансово-экономический анализ деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”	29
2.3 Анализ сбытовой деятельности предприятия ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”	40
ГЛАВА 3 ПУТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СИСТЕМЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОАО “ПИНСКИЙ КОМБИНАТ ХЛЕБОПРОДУКТОВ”	53
3.1 Мероприятия по повышению эффективности системы сбытовой деятельности ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”	53
3.2 Экономическое обоснование эффективности предложенных мероприятий для ОАО “Пинский комбинат хлебопродуктов”	58
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	66
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	68
ПРИЛОЖЕНИЯ	72

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1.Шустерман, М. С. Содержание экономической категории «сбытовая деятельность предприятия» / М.С. Шустерман // материалы VI Междунар. науч. конф. “Экономическая наука и практика”, Чита, 18 апреля 2018 г./ Издательство “Молодой учёный”; редкол.: Кайнова Г. А. (гл.ред.) [и др.] – Чита, 2018. - 47- 51 с.

2.Кураков, Л.П. Экономика и право: словарь-справочник / Л.П. Кураков, В.Л. Кураков, А.Л. Кураков. – Москва: Вуз и школа, 2004. – 1072 с.

3.Браун, К. Практическое пособие по стимулированию сбыта. – Москва: М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ Контакт»; ИНФРА-М, 2015. – 382 с

4.Котлер, Ф. Основы маркетинга Краткий курс: пер с англ. – Москва: Издательский дом „Вильяме”, 2017. – 656 с.

5.Баркан, Д.И. Управление сбытом: учеб. пособие./ Д.И. Баркан— Санкт-Петербург.: Изд-во С.-Петербургского университета, 2014. – 389 с.

6.Гончаренко, М.Ф. Организация системы сбыта продукции на промышленных предприятиях с учетом отраслевых особенностей рынка / М.Ф. Гончаренко// Студенческая наука и XXI век : материалы XX науч. конф. Аспирантов, магистрантов и студентов, Москва – 9-12 мая 2017 / Моск. Гос. Ун-т ; редкол. Осянина Е. И (гл.ред.) [и др.]. – Москва, 2017. – с. 425-426.

7.Бурцев, В.В. Совершенствование системы управления сбытом продукции / В.В. Бурцев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 6. – С. 57-68

8. Третьяк, С.Н. Коммерческая деятельность. Часть 1. Основы теории и организации / С.Н. Третьяк - Хабаровск: Двгупс, 2015. - 205 с.

9. Ефимова, С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж / С.А Ефимова – Москва: АльфаПресс, 2017. – 208 с.

10.Камалова, Н.Д., Пономарева Е.А. Стимулирование сбыта как современный способ воздействия на потребителя / Н.Д Камалова, Е.А. Пономарева // СКФУ- 2017. - № 11. - С. 36.

11. Наумов, В.Н. Управление взаимодействием в системе сбыта. Теория, методология, стратегии: монография / В. Н. Наумов. – Москва: Политехникасервис, 2012. – 289 с.

12. Бунеева, Р.И. Коммерческая деятельность: организация и управление: учеб. пособие / Р. И. Бунеева. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 365 с.

13. Панкратов, Ф. Г. Коммерческая деятельность: учеб. пособие / Ф. Г. Панкратов, Н. Ф. Солдатова. – Москва.: Издательско-торговая корпорация Дашков и К°, 2012. – 500 с.
14. Чуев, И.Н. Сбытовая деятельность промышленного предприятия / И.Н. Чуев // Менеджмент в России и за рубежом. – 2016. - №5. – С.15-22.
15. Зиновьев, В. Н. Менеджмент: учеб. пособие / В. Н. Зиновьев, И. В. Зиновьева. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 477 с.
16. Маркетинг: пер. с англ. / Роман Хибинг, Скотт Купер. – Москва: Эксмо, 2016. – 846 с.
17. Мясникова, О.В. Распределительная логистика: учеб. пособие / О.В. Мясникова. – Мн: Высшая школа, 2016. –156 с.
18. Тяпухин, А.П. Сбытовая политика предприятия / А.П. Тяпухин // Маркетинг. – 2018. - №4. – С.40-46.
19. Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. - М.: КноРус, 2019. - 384 с
20. Ухина, Т.А. Сбытовая деятельность на современном предприятии /Т.А. Ухина // М.И Павленко//Материалы IV международной научно - практической конференции «ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НАУКА СЕГОДНЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА», Чебоксары, 14 апреля 2016 г./ Центр научного сотрудничества «Интерактив плюс», редкол.: Широков О.Н. (гл.ред.) [и др.] – Чебоксары, 2016 -32-34 с.
21. Кондратенко, Н. М. Маркетинг : учебник и практикум для прикладного бакалавриата / Н. М. Кондратенко –3-е изд.– М. : Издательство Юрайт, 2017. – 408 с
22. Хайрулина М.В. Управление предприятием: новые аспекты теории и практики / М.В. Хайрулина// – М.: Экономист. - 2009. - №2. – 111-122 с.
23. Секерин, В.Д. Основы маркетинга / В.Д. Секерин. – М.: КноРус, 2018. – 288 с.
24. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2018. – 148 с
25. Мазилкина, Е.И. Маркетинговые коммуникации: Учебно-практическое пособие / Е.И. Мазилкина. – М.: Дашков и К, 2018. - 256 с.
26. Воропаев, С. Н. Менеджмент: учебное пособие / С. Н. Воропаев, В. Д. Ермохин; Международная ассоциация «Агрообразование». – Москва: КолосС, 2017. – 246 с
27. Борушко, Н. В. Маркетинговые коммуникации: курс лекций / Н. В. Борушко. – Минск: БГТУ, 2015. – 306 с.
28. Бреусова, Е. А. Сбытовая политика в деятельности современной организации / Е.А. Бреусова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – 17 с.

29. Воропаев, С. Н. Менеджмент: учебное пособие / С. Н. Воропаев, В. Д. Ермохин; Международная ассоциация «Агрообразование». – Москва: КолосС, 2017. – 246 с.

30. Герасимов, Б. И. Маркетинговые исследования рынка: учебное пособие / Б.И. Герасимов, Н.Н. Мозгов. - М.: ФОРУМ, 2018. – 333 с.

31. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебник / А. А. Казущик. - Минск: Беларусь, 2018. – 246 с.

32. Кольган, М. В., Пристанскова, Ю. С. Управление сбытовой деятельностью производственного предприятия: понятие и основные тенденции // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2017. – Т. 11. – С. 3176–3180.

33. Веряйский, А. И. Сбытовая деятельность на производственном предприятии / А.И. Веряйский // материалы XII международной научно-практической конференции «WORLD SCIENCE: PROBLEMS AND INNOVATIONS»: Пенза 30 августа 2017 – 53-56 с.

34. Камалова Н.Д., Пономарева Е.А. Стимулирование сбыта как современный способ воздействия на потребителя / In Situ. 2017. № 11. С. 36-38.

35. Парамонова, Т.Н. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2019. – 360 с.

36. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования [Электронный ресурс] : постановление Совета Министров Респ. Беларусь, от 12.12.2011 № 1672 // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь.- Режим доступа:<http://pravo.by/>. – Дата доступа: 05.04.2022.

37. Внутренняя торговля и общественное питание [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 05.04.2022

38. Диянова, С.Н. Концепция маркетинга современных форматов розничной торговли//Молодой ученый. 2019. № 7. С. 82-86.

39. Бреусова, Е. А., Смирнова Е. В. Сбытовая политика в деятельности современной организации // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2018. – Т. 17. – С. 203–206.

40. Афанасьев, М.П. Маркетинг: стратегия и тактика развития фирмы: учебник/ М.П. Афанасьев — М.: Издательский центр «Книга», 2019. — 304 с.

41. Лукьянов, П.Б. Методика и средство оптимизации кормовой базы на основе учета «кормового эффекта» / П.Б. Лукьянов // Эффективное животноводство. – 2010. – № 1. – С. 32–41.

42. Правила организации и ведения технологических процессов производства продукции комбикормовой промышленности : утв. и введен в

действие приказом Департамента по хлебопродуктам М-ва сельского хозяйства и продовольствия Респ. Беларусь от 01 ноября 2004 г. № 104. – С.45-52

43. Лукьянов, Б.В. Оптимизация рецептов комбикормов и премиксов одновременно с оптимизацией рационов / Б.В. Лукьянов, Лукьянов П.Б. // АгроРынок . – 2007. – № 1. – С.21–26.

44. Программы по кормлению животных и управлению стадом [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.korall-agro.ru/>. – Дата доступа: 01.05.2022.

45. Лукьянов, П.Б. Методика и средство оптимизации кормовой базы на основе учета «кормового эффекта» / П.Б. Лукьянов // Эффективное животноводство. – 2010. – № 1. – С. 32–41.

46. Эффективность программ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.korall-agro.ru/>. – Дата доступа: 30.05.2022.

47. Научная новизна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.korall-agro.ru/>. – Дата доступа: 30.05.2022.

48. Национальный Банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.nbrb.by/>. – Дата доступа: 30.05.2022.

49. Цены на программы и модули [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.korall-agro.ru/>. – Дата доступа: 30.05.2022.

50. Программы в аренду [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.korall-agro.ru/>. – Дата доступа: 30.05.2022.