

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
“ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ”

Кафедра маркетинга и  
международного менеджмента

Допущено к защите  
Заведующий кафедрой  
 Е. А. Гречишкина  
09.06.2022

**ДИПЛОМНАЯ РАБОТА**

на тему

“Разработка программы стимулирования сбыта новой продукции (на материалах  
ЗАО “Амкодор-Пинск”)”

Студент  
1-26 02 03 “Маркетинг”  
4 курс, группа 18МПП-1

  
(подпись)

Елизавета Александровна Михайлова

08.06.2022

Научный руководитель  
Профессор, д. с. н.

  
(подпись)

Эдуард Юлианович Смешек

08.06.2022

ПИНСК 2022

09.06.2022

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 72 страницы, 7 рисунков, 19 таблиц, 52 источника.

**СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ПРОГРАММА, АССОРТИМЕНТ ПРОДУКЦИИ, РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ, ВЫСТАВКА, СЛУЖБА СБЫТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, СТИМУЛИРОВАНИЕ.**

Объект исследования – сбыт новой продукции на ЗАО “Амкодор-Пинск”.

Предмет исследования – процесс управления стимулированием сбыта в ЗАО “Амкодор-Пинск”.

Цель работы – разработка программы стимулирования сбыта новой продукции на предприятии (на примере ЗАО “Амкодор-Пинск”).

Раскрытие предмета исследования работы, достижение ее цели и поставленных задач основывается на применении диалектического метода познания, общенаучного метода, который включает в себя анализ, синтез, комплексный и другие подходы.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки:

1. Изучены теоретические аспекты маркетингово-сбытовой деятельности.
2. Проведен анализ экономического состояния предприятия ЗАО “Амкодор-Пинск”.
3. Определены мероприятия по совершенствованию сбытовой программы новой продукции ЗАО “Амкодор-Пинск”.
4. Рассчитана экономическая эффективность предложенных мероприятий.

В процессе работы была проведена разработка программы стимулирования сбыта новой продукции предприятия ЗАО “Амкодор-Пинск”.

Результаты исследования могут быть использованы на предприятиях при оценке стимулирования сбыта новой продукции.

В ходе выполнения дипломной работы прошли апробацию такие мероприятия как: проведение выставочно-ярмарочных мероприятий, реализация рекламной кампании.

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



Подпись студента

## ABSTRACT

Graduate work: 72 pages, 7 figures, 19 tables, 52 sources.

SALES ACTIVITY, PROGRAM, PRODUCT RANGE, ADVERTISING CAMPAIGN, EXHIBITION, SALES SERVICE, EFFICIENCY, STIMULATION.

The object of the study is marketing of new products for CJSC “Amkodor-Pinsk”.

The subject of the study is the process of managing sales in CJSC “Amkodor-Pinsk”.

The purpose of the work is the development of a sales promotion program for new products at the enterprise in CJSC “Amkodor-Pinsk”.

The disclosure of the research subject of the work, the achievement of its goals and objectives is based on the application of the dialectical method of cognition, a general scientific method that includes analysis, synthesis, complex and other approaches.

In the process of work, the following research and development were carried out:

1. Theoretical aspects of marketing and sales activities have been studied.

2. An analysis of the economic state of the enterprise CJSC “Amkodor-Pinsk” was carried out.

3. Measures to improve the sales program of new products of CJSC “Amkodor-Pinsk” have been determined.

4. The economic efficiency of the proposed measures has been calculated.

In the course of the work, the evaluation of the promotion of sales of the products of the company CJSC “Amkodor-Pinsk” was carried out.

The results of the study can be used at enterprises in assessing the promotion of product sales channels.

In the course of the graduation work, such events as the holding of exhibition events, the implementation of an advertising campaign were tested.

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



Student's signature

## ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	5
ГЛАВА 1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ.....	7
1.1 Сущность сбыта как основной составляющей комплекса маркетинга .....	7
1.2 Стимулирование сбыта и методы продвижения товаров.....	11
1.3 Прогнозирование сбыта продукции .....	17
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ЗАО “АМКОДОР- ПИНСК” .....	21
2.1 Организационно-управленческая характеристика ЗАО “Амкодор-Пинск” .....	21
2.2 Анализ финансово-экономической деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск” .....	29
2.3 Анализ сбытовой деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск” .....	41
ГЛАВА 3 РАЗРАБОТКА ПРОГРАММЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА НОВОЙ ПРОДУКЦИИ ЗАО “АМКОДОР-ПИНСК” .....	52
3.1 Разработка направлений стимулирования сбыта новой продукции ЗАО “Амкодор-Пинск” .....	52
3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий.....	59
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	65
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	68
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	72

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг : учебник / И. Л. Акулич. – 8-е изд., перераб. и доп. – Минск : Вышэйшая школа, 2015. – 543 с.: ил.
2. Байбардина, Т. Н. Снабженческо-сбытовая деятельность: учеб. пособие / Т. Н. Байбардина, И. А. Байбардин, И. И. Грищенко, Л. И. Старовойтова - Мн.: ЗАО “Техноперспектива”, 2016. - 319с.
3. Фатхутдинов, Р.А. Производственный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИД Дашков и К, 2019. – 472с.
4. Володько, О.В. Экономика предприятия / О.В. Володько. – Минск: Вышэйшая школа, 2017. – 398 с.
5. Методические рекомендации по организации снабженческо-сбытовой деятельности предприятия на основе маркетинга. - М.: Изд. дом “Новый век”, 2018. - 83 с.
6. Алимова, А.А. Развитие потенциала конкурентоспособности предприятия: учебник для вузов/ А.А.Алимова. – М: ИНФРА, 2015. – 560 с.
7. Баранова, А.А. Развитие инструментария управления потенциалом предприятия: учебник. / А.А. Баранова. – М.: Экономика, 2016. – 469 с.
8. Попов, Е.М. Финансы организаций / Е.М. Попов. – Минск: Вышэйшая школа, 2019. – 431 с.
9. Кузнецов К. В. Настольная книга поставщика и закупщика: торги, конкурсы, тендеры / К.В. Кузнецов. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 382 с.
10. Головачев, А.С. Экономика предприятия: учебное пособие / А.С. Головачев. – Минск, 2018. – 396 с.
11. Болт, Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт; пер. с англ. – М.: МТ-Пресс, 2015. – 268 с.
12. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность: Учеб. пособие. - Мн.: Выш. шк., 2016. -288 с.
13. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. – 242 с.
14. Воробьев, И.П. Экономика и управление организацией (предприятием) / И.П. Воробьев. – Минск: В. Т. Квилория , 2018. – 371 с.
15. Туровец, О. Г. Организация производства и управления предприятием: учебник / под ред. О.Г. Туровца. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 420 с.
16. Еловая Е.М. Теория и практика рекламы: учебно-методический комплекс / Е.М. Еловая. — Институт бизнеса БГУ, Фак. журналистики, Каф. технологий коммуникации и связей с общественностью. – Минск: БГУ, 2020. – 154 с.

17. Еловая Е.М. Рекламная деятельность: учебно-методический комплекс / Е.М. Еловая. — Институт бизнеса БГУ, Фак. бизнес-технологий, Каф. маркетинга. — Минск: БГУ, 2018. — 113 с.
18. Волкова, К. А. Предприятие: стратегия, структура, положение об отделах и службах, дополнительные инструкции / К.А. Волкова. — М.: НОРМА, 2018. — 112 с.
19. Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии / Г.И. Шепеленко. — Ом.: “Март”, 2017 — 544с.
20. Гольдштейн, Г. Основы менеджмента. учебное пособие / Г. .Гольдштейн — Т. Изд-во ТРТУ, 2019. — 106 с.
21. Мельникова Т.Ф. Стимулирование сбыта: учебное пособие / Т.Ф. Мельникова, О.М. Калиева, Е.Г. Кащенко. — Оренбург: ОГУ, 2018. — 141 с.
22. Ширяева, В. Д. Стимулирование сбыта товара / В. Д. Ширяева, А. А. Сумин; науч. рук. Е. С. Третьякова // НИРС МСФ - 2019 [Электронный ресурс] : сборник материалов 75-й студенческой научно-технической конференции, секция "Инженерная экономика" / сост.: О. А. Лавренова [и др.]. — Минск : БНТУ, 2019. — 311 с.
23. Баско И.М. Искусство продаж: учебно-методический комплекс / И.М. Баско, — Минск: БГЭУ, 2018. — 141 с.
24. Фатхутдинов, Р.А. Организация производства / Р.А. Фатхутдинов. — М.: ИНФРА-М, 2017. -377 с.
25. Лэнгдон, К. Основные объекты сбыта различны: технология продаж / К. Лэнгдон; пер. с англ. — Минск: Амалфея, 2017. — 304 с.
26. Синецкий Б. И. Основы коммерческой деятельности. — М.: Юристь, 2017. — 255 с.
27. Базилевич, Л. А. Модели и методы рационализации и проектирования организационных структур управления / Л,А. Базилевич. — Л.: ЛФЭИ, 2016. — 304 с.
28. Смеюха В.В. Основы интегрированных коммуникаций: теория и практика рекламы: учебное пособие / В.В. Смеюха. — Ростов н/Д: ФГБОУ ВО РГУПС, 2017. — 142 с.
29. Похабов, В.И., Тарелко, В.В. Основы маркетинга: учебное пособие для вузов / В.И. Похабов, В.В. Тарелко.- Минск: Вышэйшая школа, 2016.- 271 с.
30. Ершова, И.В. Конкурентные стратегии технологически ориентированных предприятий /И.В. Ершова,— Екатеринбург : Изд-во УГТУ, 2015. —230 с.
31. Щур, Д.Л. Основы торговли: учебник / Щур Д.Л., Труханович Л.В. — 3-е изд., перераб. и доп. — М. : Дело и Сервис, 2017. - 800 с.

32. Бараутдинова, Н. Г. Промышленный маркетинг : учеб. пособие для вузов / Н. Г. Бараутдинова, Д. С. Новиков, В. А. Саламашкин. – М. : Экономика, 2014.
33. Никитина, Н.В. Финансовый менеджмент / Н.В. Никитина. – М.: Проспект, 2016. – 362 с.
34. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2018. – 373 с.
35. Баринов, В.А. Развитие организации в конкурентной среде / В.А. Баринов, А.В. Синельников // Менеджмент в России и за рубежом. —2015. —№6. –С. 16 –22.
36. Норка, Д.И. Управление отделом продаж предприятия, стратегии и тактики успеха / учеб. пособие – М: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2009. – 302 с.
37. Половцева, Ф. П. Коммерческая деятельность: учебник для вузов / Ф. П. Половцева. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 248 с.
38. Ильенкова, С.Д. Производственный менеджмент: учебник / под ред. Ильенковой С.Д./ Юнити-дана, 2017. – 583 с.
39. Дашков, Л.П. Коммерция и технология торговли: учеб. для студ. вузов / Л.П. Дашков.- 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация, 2015. – 700 с.
40. Устав закрытого акционерного общества “Амкодор-Пинск” (ЗАО “Амкодор-Пинск”) (новая редакция) [Текст]: утв. Протоколом внеочередного общего собрания акционеров от 05.06.2018г.
41. Гражданский кодекс Республики Беларусь, 07.12.1998 г. // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
42. Конституция Республики Беларусь (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г. и 17 октября 2004 г.) // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
43. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / Питер Этрилл, Эдди Маклейни; Пер. с англ. – М. Альпина Паблицер, 2016. – 648 с.
44. Налоговый кодекс Респ. Беларусь (общая часть), 19.12.2002, № 166-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
45. Системы менеджмента качества. ИСО 9001:2015 (ISO 9001:2015 Quality management systems - Requirements, IDT). – введ. 01.11.2015. – Минск : Белорус. гос. ин-т стандартизации и сертификации, 2015.
46. О сертификации продукции, работ и услуг: Закон Республики Беларусь от 05.09.1995 г. № 3849-XII (в ред. от 05.01.2004 г. № 269-3) // Консультант

Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО “ЮрСпект”, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

47. Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2011 г., №140, 5/34926. – О внесении изменения в постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 г. № 1672. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 22 января 2019 г. № 43 (5/46083 от 23.01.2019).

48. MyFin.by – Словарь банковских терминов. Рентабельность [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost/>. – Дата доступа: 29.05.2022.

49. MyFin.by – Словарь банковских терминов. Рентабельность затрат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost-zatrat/>. – Дата доступа: 29.05.2022.

50. MyFin.by – Словарь банковских терминов. Рентабельность собственного капитала [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://myfin.by/wiki/term/rentabelnost-sobstvennogo-kapitala/>. – Дата доступа: 29.05.2022.

51. О совершенствовании отношений в области закупок товаров (работ, услуг) за счет собственных средств: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.03.2012 г. № 229 (в ред. от 09.11.2018 г. № 807) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО “ЮрСпект”, Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

52. Каток вибрационный двухвальцевый АМКОДОР RT140А [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.amkodor-pinsk.by/ru/produkcija/katki/katok-vibracionnyu-dvukhvalcevyu-amkodor-rt140a/>. – Дата доступа: 29.05.2022.