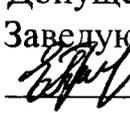


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
“ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ”

Кафедра маркетинга и
международного менеджмента

Допущено к защите
Заведующий кафедрой
 Е. А. Гречишкина
09.06. 2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

**“Стимулирование сбыта продукции предприятия (на материалах
ЗАО “Амкодор-Пинск”)”**

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


(подпись)

Ангелина Юрьевна Цвирко

08.06. 2022

Научный руководитель
Профессор,
доктор социологических наук


(подпись)

Эдуард Юлианович Смешек

08.06. 2022

ПИНСК 2022


09.06.2022

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 75 страниц, 12 рисунков, 16 таблиц, 50 источника.

СТИМУЛИРОВАНИЕ, ОРГАНИЗАЦИЯ, СЛУЖБА СБЫТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ.

Объект исследования является маркетинговая и хозяйственная деятельность предприятия ЗАО “Амкодор-Пинск.”

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

Цель работы – изучение сбыта продукции на предприятии ЗАО “Амкодор-Пинск” и разработка мероприятий по стимулированию сбыта продукции.

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.

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

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки:

1. Изучены теоретические аспекты сбытовой деятельности и методов её эффективности.

2. Проведен анализ экономического и сбытового состояния предприятия ЗАО “Амкодор-Пинск”.

3. Проведен анализ маркетинговой деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск”.

4. Определены мероприятия по совершенствованию сбытовой деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск”.

5. Рассчитана экономическая эффективность предложенных мероприятий.

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

В ходе написания дипломной работы апробацию прошли такие мероприятия как: внедрение CRM-системы, совершенствование системы стимулирования работников и оплаты труда.

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

Thesis: 75 pages, 12 figures, 16 tables, 50 sources.

PROMOTION, ORGANIZATION, SALES SERVICE, EFFICIENCY, SALES ACTIVITY.

The object of the study is the marketing and economic activity of the company CJSC "Amkodor-Pinsk."

The subject of the study is the process of sales promotion management in Amkodor-Pinsk CJSC.

The purpose of the work is to study the sale of products at the Amkodor-Pinsk CJSC enterprise and develop measures to stimulate the sale of products.

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.

The results of the study can be used at enterprises when evaluating sales promotion of products.

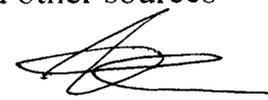
In the process of work, the following research and development were carried out:

1. The theoretical aspects of sales activity and methods of its effectiveness are studied.
2. The analysis of the economic and marketing condition of the company CJSC "Amkodor-Pinsk" was carried out.
3. The analysis of the marketing activities of CJSC "Amkodor-Pinsk" was carried out.
4. Measures have been identified to improve the sales activities of Amkodor-Pinsk CJSC.
5. The economic efficiency of the proposed measures is 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.

During the writing of the thesis, such events as the introduction of a CRM system, improvement of the incentive system for employees and remuneration 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 ОРГАНИЗАЦИИ И СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	8
1.1. Сущность и роль сбытовой деятельности на предприятии	8
1.2. Виды организационной структур службы сбыта на предприятии.....	16
1.3. Оценка эффективности сбытовой деятельности организации	24
ГЛАВА 2 АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ПРЕДПРИЯТИЯ ЗАО “АМКОДОР-ПИНСК”	32
2.1. Организационно-управленческая деятельность ЗАО “Амкодор-Пинск”	32
2.2. Анализ финансово-экономической деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск”	38
2.3. Анализ сбытовой деятельности ЗАО “Амкодор-Пинск”	49
ГЛАВА 3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ СБЫТА ПРОДУКЦИИ ЗАО “АМКОДОР-ПИНСК”	57
3.1. Основные направления стимулирования сбыта продукции ЗАО “Амкодор- Пинск”	57
3.2. Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий	64
ЗАКЛЮЧЕНИЯ	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ	71
ПРИЛОЖЕНИЯ	75

СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. – 6-е изд., испр. – Минск: Выш. шк., 2016. – 511 с.
2. Базилевич Л. А. Модели и методы рационализации и проектирования организационных структур управления / Л.А. Базилевич. – Л.: ЛФЭИ, 2016. – 304 с.
3. Балахонова, Е. В. Менеджмент и маркетинг: учебное пособие для студентов неэкономических специальностей / Е. В. Балахонова. – Пенза: Информационно-издательский центр ПГУ, 2017. – 272 с.
4. Бун, Луис. Современный маркетинг учеб. для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и упр. (060000) и «Коммерция» (351300) / Луис Бун, Дэвид, Куртц; пер. с англ. [В.Н. Егорова]. – 11-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 1039 с.
5. Винокуров В.А. Организация стратегического управления на предприятии / В.А. Винокуров. – М.: Центр экономики и маркетинга, 2016. – 242 с.
6. Виханский О.С. Менеджмент: / О.С. Виханский. – Минск: Выш. шк., – 2017. – 186 с.
7. Волкова К. А. Предприятие: стратегия, структура, положение об отделах и службах, дополнительные инструкции / К.А. Влков. – М.: НОРМА, 2018. – 112 с.
8. Володько О.В. Экономика предприятия / О.В. Володько. – Минск: Вышэйшая школа, 2017. – 398 с.
9. Воробьев И.П. Экономика и управление организацией (предприятием) / И.П. Воробьев. – Минск: В. Т. Квилориа, 2018. – 371 с.
10. Герчикова И.Н. Менеджмент: учебник / И.Н. Герчиков.– М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2017. – 142 с.
11. Гиляровская, Л., Лысенко, Д. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности. – Минск: Велби, 2008. – 360 с.
12. Головачев А.С. Экономика организации (предприятия) / А.С. Головачев. – Минск: Вышэйшая школа, 2018. – 688 с.
13. Гольдштейн Г. Основы менеджмента. учебное пособие / Г. Гольдштейн – Т. Изд-во ТРТУ, 2019. – 106 с.
14. Гражданский кодекс Республики Беларусь, 07.12.1998 г. Консультант-Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ЮрСпектр, Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
15. Захаров, С. В. Маркетинг: учебник / С.В. Захаров. Б.Ю. Сербинюк, В.И. Павленко. – Изд. 2-е, доп. и перераб. – Ростов н Д: Феникс, 2019. – 304 с.

16. Ивашкова, Н. И. Управление маркетингом: учебное пособие / Н. И. Ивашкова. – М.: ФОРУМ. ИД «Инфра-М», 2010. – 176 с.
17. Ильенкова С.Д. Производственный менеджмент: учебник / под ред. Ильенковой С.Д./ Юнити-дана, 2017. – 583 с.
18. Ильичева, И. В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И. В. Ильичева. – Ульяновск: УлГТУ, 2012. – 158 с.
19. 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.
20. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер / Филип Котлер; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 211 с.
21. Кузнецов К. В. Настольная книга поставщика и закупщика: торги, конкурсы, тендеры / К.В. Кузнецов. – М. : Альпина Паблишер, 2019. – 382 с.
22. Методические рекомендации по организации снабженческо-сбытовой деятельности предприятия на основе маркетинга. - М.: Изд. дом «Новый век», 2019. - 83 с.
23. 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.
24. Никитина, Н.В. Финансовый менеджмент / Н.В. Никитина. – М.: Проспект, 2016. – 362 с.
25. О государственных закупках в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 13.07.2012 г. № 419-З (в ред. от 17.07.2018 г. № 136-З) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпект", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
26. О государственных закупках в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 13.07.2012 г. № 419-З (в ред. от 17.07.2018 г. № 136-З) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпект", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
27. О сертификации продукции, работ и услуг: Закон Республики Беларусь от 05.09.1995 г. № 3849-ХІІ (в ред. от 05.01.2004 г. № 269-З) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпект", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
28. О сертификации продукции, работ и услуг: Закон Республики Беларусь от 05.09.1995 г. № 3849-ХІІ (в ред. от 05.01.2004 г. № 269-З) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО "ЮрСпект", Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.
29. 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.

30. 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.

31. Организация производства и управления предприятием: учебник / под ред. О.Г. Туурова. – М.: ИНФРА-М, 2017. – 420 с.

32. Попов, Е.М. Финансы организаций / Е.М. Попов. – Минск: Высшая школа, 2019. – 431 с.

33. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности / Г.В. Савицкая. – Минск: РИПО, 2018. – 373 с.

34. Устав закрытого акционерного общества “Амкодор-Пинск” (ЗАО “Амкодор-Пинск”) (новая редакция) [Текст]: утв. Протоколом внеочередного общего собрания акционеров от 05.06.2018г.

35. Фатхутдинов Р.А. Организация производства / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2017. -377 с.

36. Фатхутдинов Р.А. Производственный менеджмент: учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М.: ИД Дашков и К, 2019. – 472с.

37. Шепеленко, Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии / Г.И. Шепеленко. – Ом.: "Март", 2017 – 544с.

38. Этрилл, П. Финансовый менеджмент и управленческий учет для руководителей и бизнесменов / Питер Этрилл, Эдди Маклейни; Пер. с англ. – М. Альпина Паблишер, 2012. – 648 с.

39. Битрикс24 [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.bitrix24.by/features/>. – Дата доступа: 18.05.2022.

40. Brizo [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://brizo.ru/biznes-blog/kak-vybrat-crm-sistemu>. – Дата доступа: 18.05.2022.

41. Щепакин, М. Б. Экономика маркетинговой и рекламной деятельности учебное пособие / М. Б. Щепакин, Э. Ф. Хандамова, В. М. Михайлова. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2021. – 232 с.

42. Стратегический маркетинг: учебник и практикум для вузов / Н. А. Пашкус [и др.]. – Москва : Издательство Юрайт, 2020. – 225 с.

43. Рыжикова, Т. Н. Маркетинг: экономика, финансы, контроллинг: учебное пособие / Т. Н. Рыжикова. – Москва : ИНФРА-М, 2020. – 225 с.

44. Шонесси, Дж. Конкурентный маркетинг. Стратегический подход: - М.: Питер 2018. - 864 с.

45. Сарычева, Е. Н. Технологии продвижения в условиях кризиса // Молодой ученый. — 2019. — №7. — С. 970-973.
46. Мусиенко, Д. О. Сущность маркетинговой деятельности на предприятиях // Молодой ученый. — 2018. — №6. — С. 383-386.
47. Жариков, В.В. Маркетинговая политика сбыта: краткосрочный и долгосрочный периоды / Экономинфо. 2018. № 26. С. 87-92.
48. Парамонова, Т.Н. Маркетинг: Учебник. / Под ред. Проф. Т. Н. Парамоновой. – 5-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2019. – 360 с.
49. Энциклопедия по экономике [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://economy-ru.info/info/11330/>. – Дата доступа: 18.05.2022.
50. Официальный сайт ЗАО “Амкодор-Пинск” [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.amkodor-pinsk.by/ru/index-ru/>. – Дата доступа: 17.05.2022.