

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

Кафедра экономики и бизнеса

Допущено к защите
Заведующий кафедрой

 Ю.В. Игнатенко
04.02. 2022

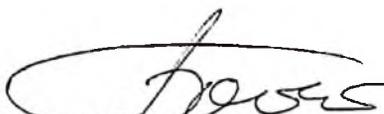
ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:

"Организация сбытовой деятельности предприятия и пути ее совершенствования (на материалах КУПП "Маньковичи")"

Студент группы

ЭУП, 4 курс, группа 18ЭУП-13



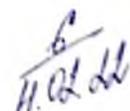
Александр Викторович Бойко

Научный руководитель
доцент, к.э.н., доцент



Юлия Владимировна Игнатенко

ПИНСК 2022



РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 71 страница, 11 рисунков, 25 таблиц, 29 источников, 4 приложений.

ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ, СБЫТ, ОБЪЕМ РЕАЛИЗАЦИИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ, ОРГАНИЗАЦИЯ

Объектом исследования является организация сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи".

Предметом исследования является эффективность организации сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи".

Цель работы: исследовать организацию сбытовой деятельности и разработать направления ее повышения.

При выполнении работы использованы методы: монографический, экономико-статистический, расчетно-конструктивный, метод системного анализа, диалектика и другие.

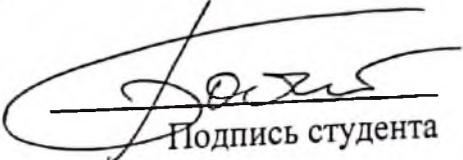
В процессе работы проведены следующие исследования и разработки: изучены теоретические основы организации сбытовой деятельности предприятия, исследовано состояние организации сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи" и предложены пути повышения эффективности организации сбытовой деятельности.

Элементами научной новизны полученных результатов являются мероприятия по совершенствованию организации сбытовой деятельности.

Областью возможного практического применения являются КУПП "Маньковичи" и организации с аналогичной деятельностью.

Организационно-экономическая и социальная значимость предложенных мероприятий помогут улучшить организацию сбытовой деятельности предприятия.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-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

ESSAY

Thesis: 71 pages, 12 figures, 24 tables, 29 sources, 4 applications.

ORGANIZATION OF SALES ACTIVITIES, SALES, VOLUME OF SALES, EFFICIENCY, ORGANIZATION

The object of the study is the organization of marketing activities of the CUPP "Mankovichi".

The subject of the study is the effectiveness of the organization of marketing activities of the Mankovichi CUPP.

The purpose of the work: to explore the organization of marketing activities and develop directions for its improvement.

When performing the work, the following methods were used: monographic, economic-statistical, settlement-constructive, method of system analysis, dialectics and others.

In the process of work, the following research and development were carried out: the theoretical foundations of the organization of the marketing activities of the enterprise were studied, the state of the organization of the marketing activities of the Mankovichi State Unitary Enterprise was investigated, and ways to improve the efficiency of the organization of marketing activities were proposed.

The elements of the scientific novelty of the obtained results are measures to improve the organization of marketing activities.

The area of possible practical application is the Mankovichi State Unitary Enterprise and organizations with similar activities.

The organizational, economic and social significance of the proposed activities will help improve the organization of the marketing activities of the enterprise.

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


Подпись студента

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1 ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	7
1.1 Сбытовой деятельностью предприятия: сущность и содержание.....	7
1.2 Организация и методы сбыта на предприятии.....	9
1.3 Анализ и оценка сбытовой деятельности предприятия.....	18
2 ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КУПП "МАНЬКОВИЧИ".....	23
2.1 Организационно-экономическая характеристика КУПП "Маньковичи".....	23
2.2 Организация сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи".....	36
2.3 Анализ организации и эффективности сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи".....	42
3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ КУПП "МАНЬКОВИЧИ".....	53
3.1 Мероприятия по совершенствованию организации сбытовой деятельности КУПП "Маньковичи".....	53
3.2 Расчет экономической эффективности предложенных мероприятий...	57
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	69
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	72
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	74

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Даненбург, В.А. Основы оптовой торговли. Пер. с англ. – М.: Издательство «Сирин», 2012. – 244 с.
- 2 Алексина, И.С. Маркетинговые инструментари стимулирувания сбыта: личные продажи и системные проблемы / И.С. Алексина, Н.Ю. Омарова // Известия Международной академии аграрного образования. – 2018. – № 38. – С. 46-48.
- 3 Маркетинг: Учебник/ А.Н.Романов, Ю.Ю.Корлюгов, С.А.Красильников и др., Под ред. А.Н.Романова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2015. – 560с
- 4 Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учеб. для вузов / Генри Ассэль; [Пер. с англ. Штернгарца М. З.]. – 2. изд. – М.: Инфра–М: НФПК. NTF, 2016. – 803 с.
- 5 Панкратов Ф.Г., Серегина Т.К. Коммерческая деятельность. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2016. – 580с.
- 6 Завьялов, П.С. Формула успеха. Маркетинг. / П.С.Завьялов, В.Е.Демидов – М.: Международные отношения, 2017.- 201с
- 7 Болдырева, Т.В. Особенности сбытовой политики ввремя пандемии / Т.В. Болдырева // Наука и общество. – 2020. – № 2 (37). – С. 34-39.
- 8 Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продажи. Пер. с франц. / А.Дейян - М.: «Прогресс», 2018, - 190 с..
- 9 Виноградская, Н.А. Диагностика и оптимизация финансово-экономического состояния предприятия: финансовый анализ: Практикум / Н.А. Виноградская. - М.: МИСиС, 2018. - 118 с.
- 10 Гуща, П.В. Управление сбытом курс лекций для студентов экономических специальностей 2021 . – 110 с.
- 11 Данилова, Е.А. Стимулирование сбыта: содержание, виды, разработка программы / Е.А. Данилова // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2016. – №9. – С. 120-124.
- 12 Коваленко, С.В. Методы и средства формирования спроса и стимулирование сбыта продукции / С.В. Коваленко // Молодой ученый. – 2018. – №1. – С. 69-71
- 13 Котлер, Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, А. Гари. – 5-е изд. –М.: Вильямс, 2016. – 752 с.
- 14 Култышева, О.М. К вопросу о маркетинговых коммуникациях / О.М. Култышева, А.И. Цыкина // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. – 2016. – Т. 7. – №1. – С. 196-200.
- 15 Маклаков, Г. В. Эффективность коммерческой деятельности / Маклаков Г.В. — М.: Дашков и К, 2020. — 232 с.

- 16 Памбухчиянц, О.В. Основы коммерческой деятельности: учебник для СПО / О.В. Памбухчиянц. – М.: Дашков и К, 2017. – 284 с.
- 17 Пристанскова, Ю.С. Основные методы формирования спроса и стимулирования сбыта продукции на предприятии / Ю.С. Пристанскова // Научно-методический электронный журнал “Концепт”. – 2016. – Т. 11. – С. 3161–3165.
- 18 Роджер, Л. Маркетинг как функция управления организацией / Л. Роджер // Транспортное дело. – 2015. – № 5. – С. 252-254.
- 19 Ромат, Е. Маркетинговые коммуникации: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения / Е. Ромат, Д. Сендеров. – СПб.: Питер, 2018. – 496 с.
- 20 Савицкая, Г.В. Комплексный анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / Г.В. Савицкая. – М.: Инфра-М, 2018. – 352 с.
- 21 Сухов, В. Управление товарным ассортиментом как метод стимулирования сбыта / В. Сухов, Ю. Кислова, Д. Пешкова. // Маркетинг: методы, формы, исследования. 2016. - №4 – С. 39-54.
- 22 Сухов, В.Д. Основы маркетинга: Практикум / В.Д. Сухов. – М.: Academia, 2017. – 192 с.
- 23 Умавов, Ю.Д. Основы маркетинга (для бакалавров) / Ю.Д. Умавов, Т.А. Камалова. – М.: КноРус, 2019. – 384 с.
- 24 Чалова, А.А. Планирование маркетинговых коммуникаций организаций потребительской кооперации / А. А. Чалова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – № 2. – С. 31-32.
- 25 Чалова, А.А. Оценка результатов использования маркетинговых коммуникаций организаций / А.А. Чалова // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2017. – № 3. – С. 355-356.
- 26 Чечевицына, Л.Н. Анализ финансово-хозяйственной деятельности. – Минск: Дашков и К, 2016. – 352 с.
- 27 Экономика и управление материально-техническим снабжением шинных предприятий, работающих в составе холдингов в условиях рынка. / Г.Я. Власов [и др.]; общ. ред. Г.Я. Власова. – М.: НТЦ НИИ шинной промышленности, 2016. – 330 с.
- 28 Экономика организации (предприятия): учебник: для высших учебных заведений по направлениям подготовки “Экономика” и “Менеджмент” (квалификация “бакалавр”) / Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. - 2-е изд., переработанное и дополненное. - Москва: Дашков и К°, 2016. - 290 с.
- 29 Экономика организации (предприятия промышленности): [пособие]: для студентов учреждений высшего образования специальности 1-й ступени высшего образования 1-26 01 03 “Государственное управление и экономика” / Е. С. Русак, Н. Н. Морозова. - Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2018. – 467 с.