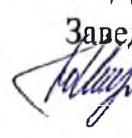


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
"ПОЛЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ"

кафедра экономики и бизнеса

Допущено к защите
Заведующий кафедрой

 Ю.В. Игнатенко
08.06. 2022

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА

на тему:


**"Сбытовая деятельность предприятия: оценка и направления
ее совершенствования (на материалах ОАО "Савушкин продукт")"**

студент
УП, 4 курс, 18ЭУП-1


(подпись)

Галина Юрьевна Андросюк
_____ 2022

научный руководитель
кандидат, к. э. н., доцент


(подпись)

Ольга Владимировна Володько
_____ 2022

ПИНСК 2022



РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 62 страниц, 5 рисунков, 20 таблиц, 53 источников, 6 приложений.

СБЫТ, СБЫТОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, АНАЛИЗ СБЫТА, УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ, ВИДЫ СБЫТА, СРЕДСТВА СБЫТА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ СБЫТА, МЕТОДЫ СБЫТА.

Объектом исследования является производственно-сбытовая деятельность ОАО "Савушкин продукт".

Предметом исследования является сбытовая деятельность предприятия.

Цель работы – разработать рекомендации по совершенствованию сбытовой деятельности предприятия ОАО "Савушкин продукт".


При выполнении работы использованы методы наблюдения, сравнения, аналитический, SWOT-анализ, а также логические методы исследования – дедукции и индукции.

В процессе работы проведены следующие исследования и разработки изучены теоретико-методические основы организации сбытовой деятельности предприятия, проведена оценка результатов и состояния организации сбытовой деятельности ОАО "Савушкин продукт" разработаны мероприятия по стимулированию сбыта продукции.

Областью возможного практического применения являются ОАО "Савушкин продукт", а также предприятия молокоперерабатывающей отрасли.

В ходе выполнения дипломной работы прошли апробацию такие предложения, как создание фирменного магазина и проведение акции «Выгодная тройка».

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)

SUMMARY

Course work: 62 pages, 5 pictures, 20 tables, 53 sources, 6 applications

SALES, SALES ACTIVITY, SALES ANALYSIS, SALES MANAGEMENT, TYPES OF SALES, MEANS OF SALES, SALES EFFICIENCY, SALES METHODS.

The object of the study is the production and sales activity of JSC "Savushkin product".

The subject of the study is the marketing activity of the enterprise.

The purpose of the work is to develop recommendations for improving the marketing activities of the company JSC "Savushkin product".

The methods of observation, comparison, analytical, SWOT analysis, as well as logical research methods - deduction and induction were used in the performance of the work.

In the course of the work, the following research and development were carried out, the theoretical and methodological foundations of the organization of the marketing activities of the enterprise were studied, the results and the state of the organization of the sales activities of JSC Savushkin Product were evaluated, measures to stimulate the sale of products were developed.

The scope of possible practical application is JSC "Savushkin product", as well as enterprises of the dairy processing industry.

During the completion of the thesis, such proposals as the creation of a company store and the holding of the "Profitable Troika" campaign were tested.

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)

ОГЛАВЛЕНИЕ

Введение.....	5
1 Теоретические аспекты организации сбытовой деятельности и продвижения товаров.....	5
1.1 Понятие, сущность и организация сбытовой деятельности.....	8
1.2 Современные методы управления сбытовой деятельности предприятия.....	8
1.3 Анализ рынка молока и молочной продукции в Республике Беларусь: состояние и перспективы развития.....	15
2 Анализ сбытовой деятельности предприятия ОАО "Савушкин продукт"....	18
2.1 Организационно-управленческая характеристика ОАО "Савушкин продукт".....	21
2.2 Анализ финансово-экономических показателей деятельности ОАО "Савушкин продукт".....	21
2.3 Анализ эффективности сбытовой деятельности предприятия ОАО "Савушкин продукт".....	27
3 Разработка мероприятий по совершенствованию организации сбытовой деятельности в ОАО "Савушкин продукт".....	33
3.1. Открытие фирменного магазина как направление совершенствование системы сбыта продукции предприятия ОАО "Савушкин продукт".....	47
3.2. Проведение акции «Выгодная тройка» как направление совершенствования системы сбыта продукции предприятия ОАО "Савушкин продукт".....	47
Заключение.....	52
Список использованных источников.....	55
Приложения.....	58
	62

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Афанасьев, М. П. Маркетинг: стратегия и тактика фирмы. / М. П. Афанасьев. – М.: Финстатинформ, 2017. – 544 с.
2. Баркан, Д. И. Управление сбытом / Д. И. Баркан. – Спб: Изд-во СПб., 2018. – 423 с.
3. Березкина, Т.Е. Основы маркетинга. Практикум: Учеб. пособие. / Т. Е. Березкина. - М.: Высш. школа, 2018. - 656 с.
4. Беркутова, Т. А. Маркетинговые коммуникации: учебное пособие / Т. А. Беркутова. - Ростов н/Д: Феникс, 2017. - 254 с.
5. Бизнес-план ОАО "Савушкин продукт" за 2021 год.
6. Бизнес-план ОАО "Савушкин продукт" за 2020 год.
7. Бреусова, Е. А., Смирнова Е. В. Сбытовая политика в деятельности современной организации [Электронный ресурс] / Е. А. Бреусова, Е. В. Смирнова / Научно-методический электронный журнал "Концепт". – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/86671.htm>. Дата доступа: 04.04.2021.
8. Гаджинский, А.М. Логистика / А. М. Гаджинский - М.: Дрофа, 2018. - 431 с.
9. Галлямова, Л. М. Управление каналами сбыта на предприятии / Л. М. Галлямова. - Молодой ученый, 2019. – 600 с.
10. Гоголева, Е. Л. Основы маркетинга / Е. Л. Гоголева. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 235 с.
11. Голова, А.Г. Управление продажами: учебник / А. Г. Голова. — М.: Дашков и К, 2018. — 277 с.
12. Голубков, Е.П. Основы маркетинга / Е. П. Голубков - М.: Финпресс, 2018. – 601 с.
13. Дейан, А., Троадек, А. Стимулирование сбыта: Учебное пособие / А. Дейан, А. Троадек. - СПб.: Изд-во "Нева", 2019. - 128 с.
14. Джобер, Д. Принципы и практика маркетинга: учебное пособие / Д. Джобер; пер. с англ. И. Акимовой. – Санкт-Петербург: Вильямс, 2018. – 987 с.
15. Захарова Ю. А. Методы стимулирования сбыта / Ю. А. Захарова - М.: Дашков, и Ко, 2018. - 120 с.
16. Кольган, М. В. Пристанскова Ю. С. [Электронный ресурс] Управление сбытовой деятельностью производственного предприятия: понятие и основные тенденции / Научно-методический электронный журнал «Концепт». – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/86671.htm>. Дата доступа: 23.04.2021.
17. Маслихина, Л. Анализ и оценка сбыта продукции / Л. Маслихина - М.: ИНФРА-М, 2018. - 844 с.

18. Морозов, Ю.В. Основы маркетинга: Учебное пособие, 8-е изд / Ю.В. Морозов. - М.: Дашков и К, 2016. - 148 с.
19. Панкратов, Ф.Г. Коммерческая деятельность: Учебник / Ф. Г. Панкратов - М.: Дашков и Ко, 2018. - 298 с.
20. Попов, Е.В. Продвижение товара: Учебник / Е. В. Попов. - Екатеринбург.: Наука, 2017. - 342 с.
21. Стивенсон, Д. Эффективные продажи, ориентированные на покупателя / Д. Стивенсон. — Москва.: Инфра-М, 2017. — 80 с.
22. Шкурко, П.А., Филимонова, Е.С. Управление каналами сбыта / Актуальные вопросы экономических наук — Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-kanalami-sbyta/viewer>. Дата доступа: 25.04.2021
23. Соколовская, Е.В. Совершенствование прогнозирования молочнопродуктового подкомплекса Республики Беларусь // Экономический бюллетень Научноисследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. — 2020. — №5. — С. 32-36.
24. Адамова, Н.А. Организация и планирование производства на промышленном предприятии / Н.А. Адамова, В.А. Йохна, Т.Л. Малова - Киев: Высшая школа, 2018. —258 с.
25. Акулич, И.Л. Маркетинг / И. Л. Акулич. - 6-е изд., испр. - Минск: Выш. шк., 2019. - 512 с.
26. Андреева, О.Д. Технология бизнеса: маркетинг / О. Д. Андреева – М.: Инфра-М-Норма, 2018 - 377 с.
27. Багиев, Г.Л. Основы организации маркетинговой деятельности на предприятии / Г. Л. Багиев. - Л.: ЛОП ВНТОЭ, 2017 - 678 с.
28. Басовский, Л.Е. Маркетинг: курс лекций /Л.Е.Басовский. – М.: ИНФРА, 2016. – 219 с.
29. Болт, Г. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Болт - М.: Экономика, 2016 - 255 с.
30. Бурцев, В.В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования / В. В. Бурцев // Менеджмент в России и за рубежом - 2014. - № 6. – С. 15-19.
31. Бурцев, В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность / В. В. Бурцев – М.: Экзамен, 2016. – 224 с.
32. Виноградова, С.Н. Организация коммерческой деятельности / С.Н. Виноградова. – Минск: Выш. шк., 2015. – 316с.
33. Виноградова, С. Н. Коммерческая деятельность / С.Н. Виноградова, О. В. Пигунова. – Минск: Выш. школа, 2018. – 364 с.
34. Волкова, Т. Сбытовая политика: роскошь или незаменимый инструмент / Т. Волкова // Ноймарк. – 2013. - № 6. – С. 7-17.

35. Власова, А.М. Основы предпринимательской деятельности / А. М. Власова - М.: Финансы и статистика, 2016 - 298 с.\
36. Герус, А. Оценка экономической эффективности / А. Герус // Маркетинг, реклама, сбыт. – 2017.- №8. – С. 30-33
37. Голиней, А. Формирование сбытовой политики / А. Голиней // Директор.-2017. - №2. – С. 12-16.
38. Горбачева, Е. Управление сбытом / Е. Горбачева // Маркетинг – 2017. – № 5. – С. 22-28.
39. Дейян, А. Стимулирование сбыта и реклама на месте продаж / А. Дейян, Л. Троадек. - М.: Прогресс-Универс, 2018. - 332 с.
40. Дубровский, В.Ж. Экономика и планирование на предприятии (фирмой): учебник. / В.Ж. Дубровский, Б.И. Чайкин — М.: ИНФРА, 2017. - 260 с.
41. Егорова, М.М. Маркетинг / М.М. Егорова, Е.Ю. Логинова. – М.: Эксмо, 2018. – 160 с.
42. Ерёмин, В.Н. Маркетинг: основы и маркетинг информации / В.Н. Еремин. – М.: Кнорус, 2018. – 656 с.
43. Ефимова, С.А. Управление сбытом или как увеличить объем продаж / С.А. Ефимова.- М.: Альфа-Пресс, 2017.- 201 с.
44. Ламбен, Ж. Стратегический маркетинг. Европейская инициатива: пер. с фр. / Ж. Ламбен. - СПб.: Наука, 2018. - 235 с.
45. Литвинов, Д. В. Анализ финансового состояния предприятия / Д.В. Литвинов. – М.: Эскаорт, 2018. – 258 с.
46. Лысакова, И. Управление каналами сбыта товаров промышленного назначения / И. Лысакова // Маркетинг. - 2018. - №2. – С. 45-53.
47. Мавричева, Н.Е. Сейлз промоушен как кратчайший путь к покупателю / Н. Е. Мавричева // Маркетинг и маркетинговые исследования - 2017. - № 1. - С. 45-49.
48. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д. Эриашвили [и др.]; под ред. Н.Д. Эриашвили. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 623 с.
49. Маслова, Т. Д. Маркетинг / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик. – СПб.: Питер, 2017. – 400 с.
50. Наумов, В.Н. Маркетинг сбыта. / В. Н. Наумов – М.: ЮНИТИ, 2019 – 355 с.
51. Николаева, Т. И. Системная оценка эффективности коммерческой деятельности предприятий торговли / Т. И. Николаева //Маркетинг в России и за рубежом. - 2018. - №4. – С. 33-42.
52. Романов, А.Н. Маркетинг / А. Н. Романов - М.: ЮНИТИ, 2017.- 564 с.
53. Рекламная деятельность / под ред. Ф. Д. Панкратова - М.: Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 2017 – 385 с.

54. Режим доступа: <https://deal.by/>. Дата доступа: 04.05.2022.
55. Шидловская, Е.А. "Организация сбытовой деятельности предприятия и пути её совершенствования"/О.В. Володько // Научный потенциал молодежи – будущему Беларуси: материалы XIII международной молодежной научно-практической конференции, УО "Полесский государственный университет", г. Пинск, 5 апреля 2019 г. / Министерство образования Республики Беларусь [и др.]; сост.: К.К. Шебеко [и др.]. – Пинск: ПолесГУ, 2019. – 315 с.