

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/363634>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Маркетинг продаж

Содержание

Введение 3

1. Теоретические аспекты организации продаж на современных предприятиях 5

1.1. Понятие и сущность продаж коммерческого предприятия 5

1.2. Функции, методы и задачи организации продаж 11

1.3 Процесс организации продаж на предприятии 15

2. Анализ организации продаж на предприятии ООО "Азия Пром" 22

2.1. Общая характеристика деятельности предприятия 22

2.2. Анализ организации продаж коммерческого предприятия 27

3. Направления совершенствования процесса организации продаж на предприятии ООО "Азия Пром" 35

3.1. Разработка мероприятий по совершенствованию процесса продаж на предприятии 35

3.2. Экономическая оценка эффективности предложенных мероприятий 47

Заключение 49

Список используемой литературы 51

Введение

Актуальность темы заключается в том, что в настоящих условиях разработка и улучшение продаж товаров и услуг является важным процессом, от эффективности которого зависит успешность деятельности предприятия на рынке. Таким образом, стимуляция продаж может приносить лучшие результаты тогда, когда есть комплекс запланированных действий в области продаж. Продажи связаны с совокупностью экономических, организационных и правовых отношений, которые возникают во время закупок или продаж различных товаров и услуг производителями или торговыми посредниками. Поэтому их грамотная организация является очень важной.

Методы исследования: анализ и синтез, сравнение и обобщение, контент-анализ, тестирование, наблюдение.

Объект исследования – процесс организации продаж на коммерческом предприятии.

Предмет исследования – подходы, способы и инструменты организации продаж на коммерческом предприятии.

Целью работы является разработка рекомендаций по совершенствованию процесса организации продаж в ООО «АзияПром».

В связи с этой целью ставится ряд следующих задач:

- ☐ раскрыть понятие организации продаж
- ☐ описать функции, методы и задачи организации продаж
- ☐ исследовать процесс организации продаж
- ☐ дать общую характеристику предприятия
- ☐ проанализировать опыт организации продаж на предприятии,
- ☐ разработать план улучшения продаж в компании
- ☐ оценить эффективность предложенных мероприятий.

Для раскрытия темы были использованы учебные пособия по маркетингу (Ворошилова И. «Интернет-маркетинг. Реклама в Интернете», Васильев Г.А. «Рекламный маркетинг», Синяева И.М. Маркетинг PR и

реклама») и исследования современных авторов в области построения эффективной организации продаж (Агафонова М.Н. «Оптовая и розничная торговля», Иванов Г.Г. «Основы торговли», Хваткин Н.Г. «Экономика оптовой торговли»), ресурсы Интернет.

Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников. Общий объем работы ___ страниц.

В первой главе рассматриваются теоретические аспекты организации продаж на коммерческом предприятии.

Во второй главе анализируется практика осуществления продаж в ООО «АзияПром».

В третьей главе представлены разработанные мероприятия, направленные на совершенствование процесса организации продаж коммерческого предприятия с описанием ожидаемых эффектов от внедрения предложений автора исследования.

В заключении подводятся итоги исследования и делаются соответствующие выводы.

1. Теоретические аспекты организации продаж на современных предприятиях

1.1. Понятие и сущность продаж коммерческого предприятия

Продажи - это понятие, которое описывает практически любую коммерческую деятельность организации.

Продажи чаще всего являются завершающим этапом бизнес-цикла коммерческих предприятий, от которых зависит их прибыльность. Поэтому вопросам стимулирования продаж уделяется особое внимание.

Продажи представляют собой совокупность экономических, организационных и правовых отношений, которые возникают во время закупок или продаж различных товаров и услуг производителями или торговыми посредниками.

Продажи связаны с реализацией товаров и услуг предприятием. С точки зрения компании, продажи включают в себя совокупность действий (мероприятий, этапов продаж), которые приводят к совершению сделок с покупателями.

Рисунок 1 – Процесс организации продаж [11, с.65]

Осуществление процессов продажи товаров и услуг происходит при наличии специального оборудованного помещения у торгового предприятия, оно должно быть приспособлено для сервиса, подбора и формирования ассортимента и номенклатуры продаваемых товаров, а также возможностей удовлетворения спроса.

Процессы продаж включают в себя постоянное маркетинговое изучение и учет спроса потребителей, предложение и продажа товаров каждому покупателю.

Рисунок 2 – Основные этапы продаж [13, с.98]

Процессы продаж товаров в розничной торговле представляют собой совокупность приемов и методов реализации данных товаров физическим лицам. Так, например, среди прогрессивных методов продажи продукции выделяются самообслуживание, обслуживание через прилавки, по открытой выкладке и по предварительному заказу.

Работа отдела продаж в организации способствует обеспечению эффективной и сбалансированной политики фирмы в области торговли. Продажи чаще всего являются завершающим этапом бизнес-цикла коммерческих предприятий, от которых зависит их прибыльность. Поэтому вопросам стимулирования продаж уделяется особое внимание.

Рисунок 3 – Работа отдела продаж [13, с.90]

От успешной организации и функционирования торговли во многом зависит успешность развития всего народнохозяйственного комплекса страны, сбалансированность ее внутреннего рынка, удовлетворенность растущих потребностей общества. Поэтому важной задачей в организации розничной торговли является

стремление точного соблюдения срока поставок продукции, соблюдение всех обязательств в договоре по объемам, качеству продуктов.

Техника продаж включает не только сами этапы реализации продажи, но и умение презентовать в лучшем виде свойства товара, осуществляя таким образом невербальное общение с клиентами.

Организация продаж в деятельности предприятия напрямую связана с обслуживанием его клиентов и покупателей.

В целом, процессы продажи товаров строятся на базе соблюдения основных этапов коммерческой деятельности. К ним относят процессы поступления товара на предприятие в соответствии с планом закупочной деятельности. Во-вторых, приемка товаров на склад, с которого товары перевозятся непосредственно в торговый зал. В торговом помещении происходит размещение товаров для продажи их клиентам. В-третьих, товары реализуются конкретным потребителям по оговоренной цене с помощью расчетных операций.

Процессы продаж товаров представляют собой совокупность приемов и методов реализации продукции. Так, например, среди прогрессивных методов продаж сегодня выделяются разные методы.

Рисунок 4 – Методы организации продаж [14, с.103]

Методы продаж включают в себя способы осуществления основных процессов, которые связаны с реализацией продукции потенциальному покупателю.

Выделим основные методы продаж товаров, которые сегодня часто используются на предприятии [14, с.62]:

- индивидуальное обслуживание покупателей, когда все операции осуществляются продавцом;

Список используемой литературы

I. Нормативно-правовые акты:

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (действующая редакция)
2. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 N 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи»

II. Научно-методическая и учебная литература:

3. Агафонова М.Н. Оптовая и розничная торговля [Текст]/ М.Н.Агафонова. – М.: Экономика, 2018. – 522 с.
4. Бутрин А.Д. Организация рекламной деятельности [Текст]/ А.Д.Бутрин. – М.: Лаборатория книги, 2019. – 112 с.
5. Васильев Г.А. Рекламный маркетинг [Текст]/Г.А.Васильев. – М.: НИЦ Инфра-М, 2019. – 276 с.
6. Джафаров К.А. Исследования в рекламе [Текст]/К.А.Джафаров. – НГТУ, 2021. – 92 с.
7. Душкина М.Р. PR и продвижение в маркетинге: коммуникации и воздействие, технологии и психология [Текст]/М.Р.Душкина. – СПб.: Питер, 2018. – 302 с.
8. Иванов Г.Г. Основы торговли [Текст]/ Г.Г.Иванов. – М.: Инфра - М, 2019. – 377 с.
9. Исаенко Е.В. Экономические и организационные основы рекламной деятельности [Текст]/Е.В.Исаенко. – М.: Юнити-Дана, 2020. – 351 с.
10. Каплина С.К. Технология оптовой и розничной торговли [Текст]/С.К.Каплина. – СПб.: Герда, 2019. – 402 с.
11. Липсиц И.В. Основы маркетинга [Текст]/И.В.Липсиц. – ГеотарМедиа, 2018. – 208 с.
12. Патров В.В. Оптовая торговля [Текст]/ В.В.Патров. – СПб.: Дело и сервис, 2019. – 381 с.
13. Пономарев К.С. Организация и планирование продвижения товара [Текст]/К.С.Пономарев. – М.: Лаборатория книги, 2018. – 135 с.
14. Ромат Е.В. Реклама [Текст]/ Е.В.Ромат. – СПб.: Питер, 2021. – 508 с.
15. Синяева И.М. PR в сфере коммерции [Текст]/И.М.Синяева. – М.: Инфра-М, 2020. – 298 с.
16. Соснаускене О.И. Бухучет в оптовой и розничной торговле [Текст]/О.И.Соснаускене. – М.: Экономика, 2019. – 226 с.
17. Фадеева Ю.Л. Оптовая и розничная торговля [Текст]/Ю.Л.Фадеева. – М.: Инфра – М, 2018. – 337 с.
18. Хваткин Н.Г. Экономика оптовой торговли [Текст]/Н.Г.Хваткин. – СПб.: Экономика, 2018. – 394 с.
19. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации [Текст]/ Ф.И.Шарков. – М.: Дашков и К, 2018. – 334 с.
20. Щур Д.Л. Основы торговли. Оптовая торговля [Текст]/ Д.Л.Щур. – СПб.: Дело и сервис, 2018. – 686 с.

III. Ресурсы Интернет:

21. Библиотека по менеджменту. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.inventech.ru>
22. Управление предприятием. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://consulting.1c.ru>
23. Институт управления бизнесом. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://investobserver.info>
24. Экономический портал. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://institutiones.com/>
25. Учебный портал Экономист. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://economist.rudn.ru/>
26. Портал менеджеров. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://tomanage.ru/>

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/diplomnaya-rabota/363634>