

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/9641>

Тип работы: Дипломная работа

Предмет: Производственный менеджмент

Содержание

Введение 3

Глава 1. Теоретические основы сбытовой политики 5

1.1. Сбытовая деятельность предприятия как объект управления 5

1.2. Система распределения продукции и методы сбыта 12

1.3. Организация и планирование сбытовой политики предприятия 24

Глава 2. Анализ производственно-хозяйственной деятельности ЗАО «ЭнергоСталь» 30

2.1 Характеристика предприятия ЗАО «ЭнергоСталь» 30

2.2. Анализ финансово-хозяйственных результатов деятельности ЗАО «ЭнергоСталь» 34

2.3. Характеристика внешней среды ЗАО «ЭнергоСталь» 48

2.4. Характеристика сбытовой деятельности ЗАО «ЭнергоСталь» 54

Глава 3. Разработка рекомендаций по совершенствованию сбытовой деятельности ЗАО «ЭнергоСталь» 57

3.1. Разработка проекта мероприятий по повышению эффективности сбытовой политики сбытовой 57

3.2. Расчёт затрат на внедрение предложенных рекомендаций по совершенствованию сбытовой деятельности 59

3.3. Оценка экономической эффективности рекомендаций по сбытовой деятельности ЗАО «ЭнергоСталь» 62

Заключение 66

Список использованной литературы 68

Введение

Актуальность темы исследования. Современная экономика ставит перед субъектами хозяйствования огромное количество вопросов: что будут покупать завтра, по какой цене предложить товар, какими качествами должна обладать продукция, чтобы быть востребованной на рынке.

Находясь в состоянии непрерывной конкурентной борьбы, предприятие должно продавать ту продукцию, на которую существует спрос. Кроме того, ему необходимо регулярно изучать запросы потребителя, поддерживать безупречный имидж, вводить новые и совершенствовать уже используемые формы и методы сбыта продукции, уметь гибко и быстро реагировать на различные изменения, обусловленные внешними и внутренними факторами.

Общеизвестно, что одной из главных целей в коммерции является получение прибыли. Достичь ее можно только в том случае, если бизнес ориентирован на запросы потребителя. В современной экономической литературе встречаются два подхода к определению содержания коммерческой деятельности. Первый подход характеризует коммерцию как торговлю, второй отождествляет коммерцию с любой деятельностью, направленной на получение прибыли. Производство и сбыт тесно связаны между собой, коммерция может рассматриваться как необходимая деятельность, обусловленная самой природой сбыта. В процессе продвижения товаров от производителя к потребителям предприниматель оказывает услуги по обслуживанию покупателей, продаже продукта, в результате чего создается новая потребительская стоимость.

Поскольку сбытовая деятельность – это совокупность реализуемых маркетинговых стратегий фирмы, то процесс ее разработки представляет собой последовательный выбор и обоснование каждой конкретной стратегии. Процесс разработки сбытовой деятельности осуществляется по следующей схеме:

- Определение задач сбытовой деятельности предприятия в соответствии с его общей и маркетинговой стратегией;
- Выбор метода сбыта (прямой, косвенный и комбинированный);
- Управление каналами распределения;
- Анализ возможных каналов распределения и их выбор;

- Мотивирование участников сбытового канала;
- Оценка деятельности канала сбыта и пересмотр системы распределения;
- Анализ сбытовых издержек и пересмотр действующей системы товародвижения;
- Выбор стратегий: охвата рынка; коммуникации в системе сбыта; стимулирования сбыта;
- Планирование мероприятий по совершенствованию сбытовой деятельности.

Цель работы состоит в совершенствовании системы сбыта компании ЗАО «ЭнергоСталь». Исходя из поставленной цели, выстраивается ряд задач, а именно:

1. анализ теоретических аспектов сбытовой деятельности (в том числе: определение понятия и сущности сбытовой деятельности, выявление её особенностей для производственного предприятия, определение основных направлений улучшения организации сбытовой деятельности).
 2. анализ системы сбыта компании ЗАО «ЭнергоСталь» и ее конкурентов (в эту задачу входит и краткий анализ рынка металлопроката и металлоконструкций).
 3. обоснование необходимости и разработка рекомендаций по совершенствованию сбытовой деятельности компании ЗАО «ЭнергоСталь» (в том числе оценка эффективности предлагаемых рекомендаций).
- Объектом исследования является система сбыта компании ЗАО «ЭнергоСталь», предметом – мероприятия по совершенствованию системы сбыта компании.

Глава 1. Теоретические основы сбытовой политики

1.1. Сбытовая деятельность предприятия как объект управления

Сбыт – ключевое звено маркетинга и всей деятельности предприятия по созданию, производству и доведению товара до потребителя, основной задачей которого является возврат вложенных в производство товаров средств и получение прибыли. Иными словами, сбытовая деятельность представляет собой сознательное руководство деятельностью по распространению товара. В составе сбытового элемента комплекса маркетинга решаются вопросы, связанные с выбором типа сбытовой сети, организацией каналов сбыта продукции и их сочетания по всему ассортименту выпускаемой продукции, выбором посредников. При выборе способа доведения произведенного товара до потребителя важно добиться организации оптимальной системы сбыта, обеспечивающей эффективность продаж производимой продукции.[56]

Сущность сбытовой деятельности заключается в организации бесперебойной и бесконфликтной реализации продукции и услуг фирмы, а также в обеспечении доступности производимого фирмой продукта с целью возврата вложенных средств в производство и маркетинг и получения прибыли. [3]

Список использованной литературы

1. Аванесов Ю.А., Серебряков СВ. Организация торговли: М.: Экономика, 2008.
2. Академия рынка: маркетинг. Пер. с фр. / А. Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. М.: Экономика, 2012.
3. Алексунин В.А. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М.: 2008
4. Андреева О.Д. Технология бизнеса: маркетинг. Учебное пособие. – М.: Издательская группа ИНФА-М – НОРМА, 2007. – 536 с.
5. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. - М.: Экономика, 2013.
6. Баркан Д.Н. Управление сбытом: Учеб. пособие. – СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2012. – 344 с.
7. Беляев, А.А. Системология - М.: ИНФРА-М, 2010.
8. Богачев В.Ф., Кабаков В.С., Ходачек А. Стратегия малого предпринимательства - СПб..2005
9. Брынцев А. Н. Трансформация оптовых компаний. - М.: МЕЛАП, 2006.
10. Бурцев В.В. Организация системы внутреннего контроля коммерческой организации. - М.: Экзамен, 2010.
11. Бурцев В.В. Сбытовая и маркетинговая деятельность. М.: Экзамен, 2001,
12. Бурцев В.В. Управленческий аудит системы сбыта готовой продукции. - М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2007.
13. Витт Ю. Управление сбытом. Пер. с нем. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 112 с.
14. Галимзянов Р. Ф. Практическое руководство по организации сбыта продукции (работ, услуг). Т.1. Методы и методики. – М.: Эксперт, 2009. – 303 с.
15. Годин А.М. Маркетинг: Учебник. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2011. – 604 с.
16. Голиков Е. А. Маркетинг и логистика. - 2 изд. - М.: Издательский Дом «Дашков и К», 2007.
17. Даненбург В., Манкриф Р., Тейлор В. Основы оптовой торговли. Практический курс/Пер. с англ. Е.И.

Подкалзина. - СПб.: Нева-Ладога-Онега, 2003.

18. Дихтль Е., Хершген Х. Практический маркетинг: Учебное пособие: Пер. с нем. А.М. Макарова / Под ред. И.С. Минко. - М.: Высшая школа, 2005. - 612 с.

19. Долгопятова Т.Г. Российские предприятия в переходной экономике: экономические проблемы и поведение//Социология: теория, методы, маркетинг, 2008, №2

20. Дурович А.П. Маркетинг в предпринимательской деятельности. - Мн.: НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2007. - 464 с.

21. Завгородняя А.В., Ямпольская Д.О. Маркетинговое планирование. - СПб.: Питер, 2012

22. Захарченко В.И. Аудит маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. - 2007. - № 6.

23. Игнатьева, А. В. Исследование систем управления М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000.

24. Кардашин Л.И. Основы технологии товародвижения и организации торговли: Учеб. пособ. для вузов. - М.: Юнити-Дана, 2013.

25. Керимов В.Э. Селиванов П.В. и др. Организация управленческого учёта коммерческо-сбытовой деятельности//Аудит и финансовый анализ. 2003, № 5

26. Ключач В.А., Гончаров В.Д. Концепция организации маркетинга в пищевой промышленности.-М.: 2014

27. Козлов В. К., Рудковский И. Ф. Логистическая стратегия посредника в структуре цепи поставок //Коммерция и логистика: Сборник научных трудов. Выпуск 6 / Под ред. В. В. Щербакова, А. В. Парфенова и Е. А. Смирновой. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2007. - с. 120-124

28. Козлов В. К., Рудковский И. Ф. Сбытовая деятельность логистического посредника //Логистика: современные тенденции развития: VII Международная научно-практическая конференция 17, 18 апреля 2008 г.: Тез. докл. / Отв. ред.: В. С. Лукинский, С. А. Уваров, Е. А. Королева. - СПб.: СПбГИЭУ, 2008. - с. 110-112.

29. Козлов В. К., Рудковский И. Ф. Стратегия материально-технического обеспечения производственного предприятия//Инновации в коммерции и логистике: Сборник научных трудов. Выпуск 8, часть 1 / Под ред. В. В. Щербакова, А. В. Парфенова и Е. А. Смирновой. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. - с. 127-131

30. Коммерческо-посредническая деятельность на товарном рынке. / Под ред. А.В. Зырянова. - Екатеринбург: РНФ «Солярис», 2005.

31. Костоглодов Д.Д., Харисова Л.М. Распределительная логистика.- М.: Экспертное бюро, 2014

32. Котлер Ф. Основы маркетинга. Пер. с англ. - М.: Прогресс, 2011. - 674 с.

33. Кревенс Д.В. Стратегический маркетинг/Пер. с англ. - 7-е изд. - М.: Вильяме, 2013

34. Кузьмин, В. П. Исторические предпосылки и гносеологические основания системного подхода // Психол. журн.- 1982, т. 3.- №4.- С. 12

35. Локтионов, М.В. Системный подход в маркетинге - М.: Генезис, 2010

36. Маркетинг: Учеб. пособие / Под ред. А.М. Немчина, Д.В. Минаева. - СПб.: Издательский дом «Бизнес-пресса», 2011. - 512 с.

37. Маслова Н.И. Основы маркетинга М.: Дело, 2002

38. Маслова Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. Маркетинг. - СПб.: Питер, 2012. - 400 с.

39. Мыльников, В.В. Исследование систем управления М., 2013

40. Наумов В.Н. Маркетинг сбыта. - М.: 2010. - 53 с.

41. Осипова Л.В., Синяева И.М. Основы коммерческой деятельности. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2014

42. Основы маркетинга. Теория сбыта: Пособие по одноименному курсу / Сост. А.Л. Белоусов. - Гродно: ГрГУ, 2008. - 99 с.

43. Панкрухин А.П. Маркетинг: Учебник. - М.: Омега-Л, 2011. - 656 с.

44. Рудковский И. Ф. Содержание концепции управления проектами в логистике //Логистика: современные тенденции развития: VII Международная научно-практическая конференция 16, 17 апреля 2009 г.: Тез. докл. / Отв. ред.: В. С. Лукинский, С. А. Уваров, Е. А. Королева. - СПб.: СПбГИЭУ, 2009. - с. 248-251.

45. Рудковский И. Ф. Управление проектами в логистических системах//Инновации в коммерции и логистике: Сборник научных трудов. Выпуск 8, часть 1 / Под ред. В. В. Щербакова, А. В. Парфенова и Е. А. Смирновой. - СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009. - с. 196-200. (0,19 п. л.)

46. Сергеев И.В. Экономика предприятия: Учебное пособие. - М.: «Финансы и статистика», 2010. - 304 с.

47. Фролов Д. Отдел маркетинга и отдел сбыта – проблемы взаимодействия. //Менеджмент в России и за рубежом. - 2006 - № 10 - С.46.

48. Чернякова Е. В. Услуги логистической интегральной дилерской сети // Маркетинг и логистика. - 2007. - №3.

49. Чирков А.Н. Мотивация и управление в канале сбыта. - СПб.: Издательский дом «Би», 2012. - 234 с.

50. Шаповалов В.А. «Маркетинговый анализ» Ростов н/Д.: Феникс, 2005
51. Шмален Г. Основы и проблемы экономики предприятия / Пер. с нем.; под ред. А.Г. Поршнева. - М.: Финансы и статистика, 2012
52. Экономика предприятия: Учебник для вузов / В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.П. Прасолова и др.; под ред. Проф. В.Я. Горфинкеля, проф. Е.М. Купрякова. - М.; Банк и биржи, ЮНИТИ, 2012. - 367 с.
53. Яковлев А. А. Ключевые индикаторы эффективности интернет-маркетинга и подготовка специалистов в данной области // Маркетинг в России и за рубежом. - 2008. - № 4.
54. Якубовская Т. Управление запасами и бюджетирование продаж. //Корпоративный менеджмент. - 2006. - № 8

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/9641>