

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ
Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО (СГУ)**

Кафедра менеджмента и маркетинга

АВТОРЕФЕРАТ

**НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ БАКАЛАВРСКУЮ
РАБОТУ**

**ОРГАНИЗАЦИЯ СИСТЕМЫ СБЫТА НА ПРЕДПРИЯТИИ
(НА ПРИМЕРЕ ООО «ЭВАНТИ»)**

студента 5 курса 571 группы
направление подготовки 38.03.02 Менеджмент
профиль подготовки «Менеджмент организации»
экономического факультета

Безверхова Ильи Михайловича

Научный руководитель

д. э. н., профессор

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

И.Н. Пчелинцева

инициалы, фамилия

Зав. кафедрой

к. э. н., доцент

должность, место работы, уч. степень, уч. звание

подпись, дата

Л. И. Дорофеева

инициалы, фамилия

Саратов 2021

ВВЕДЕНИЕ. Актуальность работы. В современных условиях рыночных отношений неотъемлемая часть деятельности любого предприятия – это коммерция, составным элементом которой, является сбыт изготовленной продукции. Сбыт – это процесс реализации произведенной продукции в целях превращения товаров в деньги и удовлетворения запросов потребителей.

Сбыту товаров, изготовленных на предприятии должны предшествовать маркетинговые исследования, предполагающие изучение рынка, разработку товара, его цены, планирование ассортимента, каналов продвижения товаров на рынок и методы стимулирования сбыта. Производитель товаров должен быть не только поставщиком, он обязан постоянно проводить анализ эффективности проводимой сбытовой деятельности (рассчитывать ее рентабельность, т.е. отношение полученный прибыли к затраченным средствам), разрабатывать и внедрять новые формы сбыта.

Система сбыта на предприятия – это ключевое звено маркетинга и своего рода финишный комплекс во всей деятельности компании по созданию, производству и доведению товара до потребителя. Собственно, именно здесь потребитель либо признаёт, либо не признаёт все усилия предприятия полезными и нужными для себя и, соответственно, покупает или не покупает ее продукцию и услуги.

Актуальность данной темы выпускной квалификационной работы обусловлена тем, что организация системы сбыта – это элемент коммерческой деятельности, который в современных рыночных условиях – это не дань моде, а объективная необходимость, проверенная практикой. Доказательством тому является успешная эффективная работа предприятий, которые используют в своей деятельности элементы маркетинга для планирования и реализации целей деятельности.

В условиях жесткой конкуренции главной задачей организации системы сбытом становится завоевание и сохранение предприятием

предпочтительной доли рынка и удержание превосходства над конкурентами в избранном сегменте. Хотя сбыт – это завершающая стадия хозяйственной деятельности товаропроизводителя, в рыночных условиях планирование сбыта предшествует производственной стадии и состоит в изучении конъюнктуры рынка и возможностей предприятия производить пользующуюся спросом продукцию, а также в составлении планов продаж, на основе которых должны формироваться планы снабжения и производства. Грамотно построенная система организации и контроля сбыта способна обеспечить конкурентоспособность компании.

Основной проблемой в исследуемой области является то, что при наличии жесткой конкуренции главная задача сбытовой политики предприятия – это обеспечить завоевание и сохранение предприятием предпочтительной доли рынка и добиться превосходства над конкурентами. Организация системы сбыта должна рассматриваться под принципиально иным углом зрения – через призму рыночного спроса и предложения. Для выживания в рыночных условиях отечественные товаропроизводители должны производить то, что продается, а не продавать то, что они производят.

Теоретической и методологической основой написания данной выпускной квалификационной работы послужили труды современных ученых, а именно: Барановский С. И., Баркан Д. И., Бланк И.А., Божук С. Г. , Веснин В.Р., Голубков Е. П., Егоршин А.П., Еремин В.Н., Зиновьев В. Н., Карасев А. П., Карпова С.В., Ковалев В.В., Колтер Ф., Лукина А.В., Мескон М.Х., Парамонова Т.Н., Реброва Н.П., Сребник Б.В., Захарова Ю.А. и многие другие.

Целью выпускной квалификационной работы является исследование организации системы сбыта в ООО «Эванти» и разработка мероприятий по совершенствованию деятельности компании.

В соответствии с вышеопределенной целью исследования были поставлены и решены следующие **задачи** выпускной квалификационной работы:

1. изучить организацию системы сбыта на предприятии, рассмотреть понятие, цели, задачи и функции;
2. рассмотреть элементы системы сбыта на предприятии;
3. описать факторы, влияющие на эффективность системы сбыта на предприятии;
4. дать общую характеристику хозяйственной деятельности ООО «Эванти»;
5. провести анализ финансового положения и эффективности деятельности ООО «Эванти»;
6. провести оценку системы сбыта в ООО «Эванти»;
7. разработать и описать мероприятия по совершенствованию организации системы сбыта в ООО «Эванти»;
8. провести расчет экономического эффекта от внедрения предлагаемых мероприятий.

Информационной базой исследования послужили фундаментальные и прикладные работы авторов по вопросам анализа, оценки и организации системы сбыта, учебники, учебные пособия, научные статьи, аналитические материалы, опубликованные в периодической печати, материалы по результатам проведения научно-практических конференций, официальный сайт мебельного предприятия ООО «Эванти», а также внутренняя и бухгалтерская отчетность компании.

В выпускной квалификационной работе использованы такие **методы исследования**, как системный подход, методы экономического анализа, обобщение, синтез, логический, сравнительный анализ, графический и табличный методы и другие приемы обработки информации.

Структура выпускной квалификационной работы: введение, три главы, заключение, список использованных источников и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ. В первой главе выпускной квалификационной работы «Теоретические основы исследования организации системы сбыта на предприятии» автор рассматривает понятие, цели, задачи, функции и элементы системы сбыта на предприятии; уделяет внимание факторам, которые влияют на эффективность системы сбыта.

Несмотря на то, что сбыт – это завершающий этап деятельности производителя, именно ему должно отводиться одно из главных мест при разработке стратегии товародвижения и производства, а этап планирования сбыта – предшествовать производственной стадии. Вся совокупность действий по управлению сбытом образует сбытовую политику организации, предполагающую использование ряда стратегий, к которым относятся стратегии: формирования канала распределения товара, охвата рынка, ценообразования, ассортимента продукции.

Понятие «сбыт» употребляется в двух аспектах: в узком смысле – продажа, в широком – целостный процесс доведения товара от производства до конечного потребителя.

В свою очередь под системой сбыта на предприятии понимается совокупность элементов, взаимосвязанных друг с другом и служащих для оптимизации управления товарными запасами компании. Элементы, из которых система сбыта обычно состоит, это – субъекты, объекты, методы и функции, при помощи которых компания повышает результативность сбытовой деятельности. Эффективная организация системы сбыта приносит предприятию увеличение объема продаж, рост прибыли, стабильность на рынке и выживание в долгосрочной перспективе.

Впервые на важность системы сбыта в деятельности предприятий обратил внимание американский учёный Эдвард Х. Чемберлин ещё в 1930-е годы. Он уделял особое внимание проблемам организации сбыта, использованию рекламы, обосновал понятие «издержки сбыта» в которые он включал все затраты, имеющие целью создать рынок или спрос на продукт. Его мысль, что спрос может формироваться не только доходами и

предпочтениями потребителей, но и поставщиками товаров, фактически заложила фундамент маркетинга сбыта.

Основной системы сбыта на предприятии является доведение до конкретных потребителей конкретной продукции требуемых потребительских свойств (качества, цены и др.) в необходимом количестве, в точное время, в определенном месте с минимально возможными затратами.

В современных рыночных условиях многократно возросла роль и важность сбытовой политики, под которой понимают процесс организации системы движения конечных товаров и услуг на рынок и стимулирование обменных рыночных процессов для получения прибыли. Важность и необходимость проведения грамотной сбытовой политики предприятия обусловлена постоянным ростом затрат на данный вид предпринимательской деятельности.

Оптимально подготовленная система сбыта на предприятии может обеспечить наиболее высокий уровень конкурентоспособности организации, сформировать дополнительные конкурентные преимущества, удовлетворить разные потребности покупателей и позволить предприятию эффективно функционировать на рынке.

Во второй главе выпускной квалификационной работы «Анализ организации системы сбыта в ООО «Эванти» автор дает общую характеристику хозяйственной деятельности рассматриваемого мебельного предприятия, проводит анализ финансового положения и эффективности деятельности ООО «Эванти» и проводит оценку системы сбыта.

Основной деятельностью ООО «Эванти» является производство мягкой и корпусной мебели, любые столярные изделия по размерам заказчика, реставрации мебели, изготовление мебели для детских учреждений, магазинов и производств.

ООО «Эванти» было организовано с основной целью – получение прибыли, а также насыщение рынка товарами народного потребления,

которые имеют повышенный спрос, развитие розничной торговли, создание новых рабочих мест, развитие социальной структуры города и области.

Руководитель любого предприятия стремится получать максимальную прибыль и наладить эффективную работу организации. Для этого необходимо с определенной периодичностью проводить контроль работы организации, анализ финансовых показателей, а так же осуществлять обратную связь с потребителями продукции, которую организация поставляет клиентам.

Важной составляющей частью деятельности ООО «Эванти» является система сбыта продукции предприятия. Стратегия стимулирования сбыта в компании основывается на том, что приоритетом является конечный покупатель, соответственно политика компании строится исходя из платежеспособности потенциальных покупателей и спроса на товары.

Система сбыта продукции ООО «Эванти» крайне упрощена, так как предприятие реализует свою продукцию через собственные мебельные салоны и через дилеров. В существующей системе сбыта у предприятия имеется только один распределительный центр – это непосредственно сам склад готовой продукции.

По результатам проведенного анализа был сделан вывод, что ООО «Эванти» имеет как сильные, так и слабые стороны в осуществлении своей деятельности, что вполне нормально для любого предприятия. Реализуемая компанией стратегия должна быть нацелена на максимальное использование предоставленных возможностей и предельно возможную защиту от угроз, что возможно с помощью совершенствования системы сбыта на предприятии.

В третьей главе выпускной квалификационной работы «Направления совершенствования организации системы сбыта в ООО «Эванти» автор предлагает совершенствование маркетинговой деятельности мебельной компании и проводит расчет экономического эффекта от внедрения предлагаемых мероприятий.

В результате проведенного анализа были выявлены слабые стороны ООО «Эванти», которые компания может устранить путём проведения маркетинговых исследований потребностей и финансовых возможностей населения в целях определения сегмента потребителей, желающих приобрести качественную мебель по доступным ценам, а также проведения широкой рекламной кампании в целях обеспечения целевого обращения потребителей именно в компанию ООО «Эванти».

Маркетинговые исследования являются важным звеном в работе любого предприятия. Они проводятся с целью оказания помощи в принятии более грамотного маркетингового решения и помогают руководству компании быть в курсе того, насколько эффективно функционируют все звенья бизнеса.

Поэтому при разработке и осуществлении маркетинговой деятельности предприятия необходимо стремиться «играть на опережение» событий, а не реагировать на последствия этих событий, т. е. надо уделить особое внимание маркетинговым исследованиям. Скорость поступления на рынок новых товаров, внутренняя и международная конкуренция, увеличение числа требовательных и хорошо информированных потребителей повышает важность своевременной информации о рынке.

Рассчитав все расходы и экономический эффект, можно сделать вывод, что внедрение предлагаемых мероприятий является целесообразным, их реализация принесет мебельной компании прибыль, рост спроса, и, как следствие – рост продаж, а также повышение конкурентоспособности и формирование положительного общественного мнения о компании.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. В современных условиях рынка и быстро меняющимся потребительским спросом на товары, успех предприятия главным образом зависит от того, как быстро компания способна отреагировать на изменения во внешней среде. Основная задача организации системы сбыта заключается в ориентации на потребителя, постоянном отслеживании его потребностей, а также в анализе работы конкурентов на

рынке: определении их слабых и сильных сторон и возможных рыночных действий.

Эффективная система сбыта должна определять направления совершенствования маркетинговой деятельности, разрабатывать и добиваться выполнения планов, программ сбытовой деятельности; доводить маркетинговую информацию до всех подразделений компании. Таким образом, сбытовая деятельность является ведущей функцией предприятия, определяя его производственную, техническую политику, а также способ и характер управления всей предпринимательской деятельностью.

Неправильная организация системы сбыта на предприятии в современных условиях хозяйствования рождает цепочку: переполненные склады, неплатежи, отсутствие оборотных средств на закупку сырья, остановка производства. Детально проработанная и документально закреплённая система сбыта становится эффективным инструментом текущего и последующего контроля за сбытовой деятельностью предприятия и его положением на рынке. Обоснованное же формирование и эффективный контроль сбытовой деятельности организации, оптимизация процедур планирования продаж, контроля выполнения планов сбыта позволят значительно усовершенствовать сбытовую деятельность российских организаций в условиях ужесточения конкуренции.

Мебельная компания «Эванти» существует на рынке уже более 20 лет и входит в пятерку лучших фабрик Саратовской области. Деятельность компании начиналась с небольшого производства классической мебели. ООО «Эванти» стремительно и уверенно развивается, показателем этого является стабильный рост компании. Продукция компании олицетворяет качество, надежность и долговечность, благодаря контролю качества на всех этапах производства. Материалы, используемые при производстве мебели, тщательно отбираются и являются высокотехнологичными, экологически чистыми и надежными, все комплектующие европейского уровня и производства.

Важной составляющей частью деятельности ООО «Эванти» является система сбыта продукции предприятия. Стратегия стимулирования сбыта в компании основывается на том, что приоритетом является конечный покупатель, соответственно политика компании строится исходя из платежеспособности потенциальных покупателей и спроса на товары.

ООО «Эванти» являясь участником рыночных отношений, в настоящее время, как и многие другие предприятия мебельного сектора рынка, испытывает ряд проблем, к одной из которых относится проблема организации системы сбыта.

Несовершенство организации системы сбыта продукции ООО «Эванти» объясняется отсутствием внимания к маркетинговым исследованиям на предприятии, что напрямую отражается на нецеленаправленном сбыте продукции, что приводит к снижению конкурентоспособности реализуемой продукции и компании в целом, и соответственно снижению прибыли. Поэтому в качестве направлений совершенствования организации системы сбыта в ООО «Эванти» были разработаны мероприятия по совершенствованию маркетинговой деятельности компании.

Маркетинговые исследования являются важным звеном в работе любого предприятия. Они проводятся с целью оказания помощи в принятии более грамотного маркетингового решения и помогают руководству компании быть в курсе того, насколько эффективно функционируют все звенья бизнеса.

В результате проведенных расчетов был получен положительный экономический эффект от внедрения предлагаемых мероприятий в ООО «Эванти», который составит 799 050 руб. Внедрение мероприятий является целесообразным, так как их реализация принесет мебельной компании дополнительную прибыль.