

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Кафедра международного менеджмента

ЗАЙЦЕВА
Оксана Геннадьевна

СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ В СИСТЕМЕ
МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Дипломная работа

Научный руководитель:
кандидат экономических наук,
доцент
Грек Наталья Георгиевна

Допущена к защите

«___» _____ 2018 г.

Зав. кафедрой

_____ С.В. Лукин

Минск, 2018

РЕФЕРАТ

62 страницы, 7 рисунков, 7 таблиц, 11 приложений, 40 использованных источников

МАРКЕТИНГ, СБЫТ, КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ, ТОРГОВЫЙ ОБЪЕКТ, ДОГОВОР КОМИССИИ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ЭФФЕКТ

Объектом исследования является предприятие – сбытовая политика.

Предметом исследования является настоящее положение системы реализации и сбыта продукции ИП «Барро».

Цель дипломной работы – анализ основных направлений по совершенствованию сбытовой политики ИП «Барро».

В настоящее время на рынке успешно работают предприятия, которые не просто производят качественную продукцию, но и могут ее реализовать, затратив на это минимум усилий и средств. Существующая система реализации ИП «Барро» позволяет оперативно реализовывать производимую на предприятии продукцию, однако размер прибыли с каждым годом падает. В данной связи предложены варианты по совершенствованию существующей системы реализации посредством открытия собственного фирменного магазина, а также реализации продукции по договорам комиссии. Указанные мероприятия расширят охват потребителей и повысят узнаваемость производимой продукции, что в конечном итоге увеличит объемы продаж.

РЕФЕРАТ

62 старонкі, 7 малюнкаў, 7 табліц, 11 дадаткаў, 40 выкарыстаных крыніц

МАРКЕТЫНГ, ЗБЫТ, КАНАЛЫ РАЗМЕРКАВАННЯ, ЗБЫТАВАЯ ПАЛІТЫКА ПРАДПРЫЕМСТВА, ГАНДЛЁВЫ АБ'ЕКТ, ДАГАВОР КАМІСІІ, ЭКАНАМІЧНЫ ЭФЕКТ

Аб'ектам даследавання з'яўляецца прадпрыемства – збытавая палітыка.

Прадметам даследавання з'яўляецца цяперашні стан сістэмы рэалізацыі і збыту прадукцыі ПП «Баро».

Мэта дыпломнай працы - аналіз асноўных напрамкаў па ўдасканаленні збытавай палітыкі ПП «Баро».

У цяперашні час на рынку паспяхова працуюць прадпрыемствы, якія не проста вырабляюць якасную прадукцыю, але і могуць яе рэалізаваць, выдаткаваўшы на гэта мінімум высілкаў і сродкаў. Існуючая сістэма рэалізацыі ПП «Баро» дазваляе аператыўна рэалізоўваць прадукцыю, якая вырабляецца на прадпрыемстве, аднак памер прыбытку з кожным годам падае. У сувязі з гэтым прапанаваны варыянты па ўдасканаленні існуючай сістэмы рэалізацыі цераз адкрыцце ўласнай фірмовай крамы, а таксама рэалізацыі прадукцыі па дагаворах камісіі. Названыя мерапрыемствы пашыраць ахоп спажывцоў і падвысяць пазнавальнасць вырабленай прадукцыі, што ў канчатковым выніку павялічыць аб'ёмы продажаў.

ESSAY

62 pages, 7 drawings, 7 tables, 11 applications, 40 used sources

MARKETING, SALES, CHANNELS OF DISTRIBUTION, MARKETING POLICY OF THE ENTERPRISE, TRADING OBJECT, CONTRACT OF THE COMMISSION, ECONOMIC EFFECT

The object of the study is the enterprise – sales policy.

The subject of the study is the current situation of the system of selling the Barro products.

The purpose of the thesis is to analyze the main directions for improving the marketing policy of Barro.

Currently, the market successfully operates enterprises that not only produce high-quality products, but they can sell this products, spending a minimum of effort and money. The existing system of sales allows IP Barro to quickly sell the products produced at the enterprise, but the profit falls every year. In this regard, options are proposed to improve the existing system of sales by opening its own brand store, as well as selling products under the commission's contracts. These measures will expand the reach of consumers and increase the recognition of products, which ultimately will increase sales.