

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
УНИВЕРСИТЕТА»

Кафедра маркетинга

ПЭН Дунян

**РАЗВИТИЯ ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА
ВНЕШНИХ РЫНКАХ**

Магистерская диссертация

специальность 1-26 80 05 Маркетинг

Научный руководитель

Подобед Наталья Александровна

кандидат экономических наук, доцент

Допущена к защите

«___»_____2021г.

Заведующий кафедрой маркетинг

_____ Н.В.Черченко

кандидат экономических наук, доцент

Минск, 2021

ВВЕДЕНИЕ

На современном этапе развития Республики Беларусь, обеспечение стабильной работы предприятий по выпуску конкурентоспособной продукции, является задачей первостепенной важности. Направленность торговой деятельности любого предприятия стала более разносторонней и сложной в виду огромного разнообразия товаров и желаний покупателя. В рыночной экономике выживают те предприятия, чья продукция работы, услуги находят сбыт.

Исследование основных форм и методов организации товаропроводящей сети направлено на выявление перспективных средств продвижения товаров от производителя до конечного потребителя и организацию их розничной продажи на основе всестороннего анализа и оценки эффективности используемых или намечаемых к использованию каналов и способов распределения и сбыта, включая те из них, которыми пользуются конкуренты.

Большое количество произведенной продукции не является достаточным показателем для оценки эффективности функционирования предприятия. Именно реализованная продукция основной источник окупаемости вложенных средств. Активно проводимая сбытовая политика увеличивает объем реализованной продукции, а, следовательно, приводит к увеличению прибыли.

Сбытовую деятельность можно определить как непосредственный двусторонний процесс осуществления контактов с целью достижения определенных результатов, и прежде всего увеличения продаж продукции на определенном сегменте рынка. Так, из-за отсутствия учета требований тех или иных групп покупателей к потребительским товарам, и в результате без адресных продаж многие товары, не находят сбыта, залеживаются, что приводит к прямым убыткам предприятия, к замедлению оборачиваемости оборотных средств. В связи с вышеизложенным, проблема организации товаропроводящей сети предприятия на внешних рынках является актуальной на современном этапе.

Объект исследования – ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас».

Предмет исследования – организация товаропроводящей сети предприятия на внешних рынках.

Цель работы – исследование организации товаропроводящей сети ЧУП «Гродненская швейная фабрика Фальдас» на внешних рынках и разработка путей ее совершенствования.

Поставленная цель работы обусловила решение следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические аспекты организации товаропроводящей сети предприятия;

2. Провести анализ финансово-экономической деятельности ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас»;

3. Разработать пути совершенствования организации товаропроводящей сети ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас» на внешних рынках.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав и заключения.

В первой главе рассмотрена сущность, содержание товаропроводящей сети предприятия, методологические подходы ее формирования и управления.

Во второй главе анализируются хозяйственная деятельность ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас», состав и динамика субъекты ТПС в разрезе основных рынков сбыта, основные рынки сбыта, а также на основе проведенных собственных исследований выявлены проблемы по осуществлению оптимальной деятельности ТПС предприятия.

В третьей главе предложены такие направления развития ТПС как создание сервисного торгово-логистического центра на рынках дальнего зарубежья, стратегическое партнерство с иностранными компаниями, а также система ценового стимулирования дилеров, сделано экономическое обоснование предлагаемых мероприятий.

При написании магистерской диссертации, использованы учебные пособия по маркетингу, сбытовой политике, статьи периодических изданий, а также материалы сети Интернет. Основное внимание уделялось работам таких авторов, как Ф. Котлер, В.С. Протасеня, А.Н. Саевец, Н.Н. Анохина, В.Ю. Шутилин и др.

В ходе написания научной работы были также использованы:

Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 24.02.2012 №183 «Об утверждении Положения о ТПС белорусских организаций за рубежом, классификатора видов поставок товаров, подлежащих учету при осуществлении экспортных операций, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь» (в редакции Постановлений Совета Министров Республики Беларусь от 26.06.2013 №544 и 24.12.2013 №1137);

Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 28.11.2002 №253 «Об утверждении Положения о ТПС организаций, находящихся в ведении Министерства промышленности»;

Положение о Маркетинг-центре предприятия, утв. 10.03.2015;

Стратегия развития ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас» на 5 лет.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

ТОВАРОПРОВОДЯЩАЯ СЕТЬ, РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ПРОДУКЦИИ, ДИЛЕР, ДИСТРИБЬЮТОР, ТОРГОВЫЙ ДОМ, СЕРВИСНЫЙ ТОРГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР, СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПАРТНЕРСТВО

Объект исследования – ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас».

Предмет исследования – организация товаропроводящей сети предприятия на внешних рынках.

Цель работы – исследование организации товаропроводящей сети ЧУП «Гродненская швейная фабрика Фальдас» на внешних рынках и разработка путей ее совершенствования.

Поставленная цель работы обусловила решение следующих задач:

1. Рассмотреть теоретические аспекты организации товаропроводящей сети предприятия;
2. Провести анализ финансово-экономической деятельности ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас»;
3. Разработать пути совершенствования организации товаропроводящей сети ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас» на внешних рынках.

Формулировку полученных результатов и их новизну: целесообразно открыть розничный магазин ЧУП «Гродненская швейная фабрика «Фальдас» в г. Астана. Стратегическое партнерство с иностранными компаниями. Создание склада под Минском. Разработка системы показателей ценового стимулирования дилеров.

Магистерская диссертация состоит из введения, трех глав и заключения.

Магистерская диссертация: 98 с., 10 рис., 44 табл., 57 источник, 2 приложений.

GENERAL CHARACTERISTIC OF THE WORK

COMMODITY NETWORK, PRODUCT DISTRIBUTION, DEALER, DISTRIBUTOR, TRADING HOUSE, SERVICE TRADE AND LOGISTICS CENTER, STRATEGIC PARTNERSHIP

The object of research is the private unitary enterprise «Grodno sewing factory «Faldas».

The subject of the research is the organization of a distribution network of an enterprise in foreign markets.

The purpose of the work is to study the organization of the distribution network of the private unitary enterprise «Grodno sewing factory Faldas» in foreign markets and develop ways to improve it.

The set goal of the work determined the solution of the following tasks:

1. Consider the theoretical aspects of the organization of the distribution network of the enterprise;
2. To analyze the financial and economic activities of the PUE «Grodno sewing factory «Faldas»;
3. To develop ways to improve the organization of the distribution network of the private unitary enterprise «Grodno sewing factory «Faldas» in foreign markets.

Formulation of the results obtained and their novelty: it is advisable to open a retail store of the private unitary enterprise «Grodno sewing factory «Faldas» in Astana. Strategic partnerships with foreign companies. Creation of a warehouse near Minsk. Development of a system of indicators for price incentives for dealers.

The master's thesis consists of an introduction, three chapters and a conclusion.

Master's thesis: 98 pages, 10 figures, 44 tables, 57 sources, 2 applications.