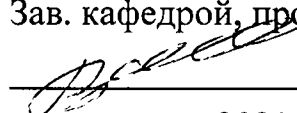


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ  
БЕЛОРУССКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
Факультет технологий управления и гуманитаризации  
Кафедра «Менеджмент»

РАБОТА ДОПУЩЕНА К ЗАЩИТЕ:

Зав. кафедрой, профессор

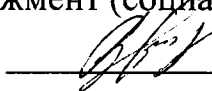
 В.Ф. Володько  
«14» июня 2021 г.

ДИПЛОМНАЯ РАБОТА  
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СБЫТОВОЙ  
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Специальность: 1-26 02 02 Менеджмент (по направлениям)

Специализация: 1-26 02 02 -02 Менеджмент (социально-административный)

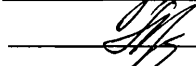
Студент-дипломник, гр. 30801116

 В.А. Кожухова

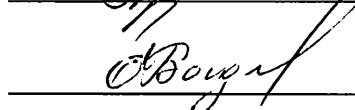
Руководитель, ст.преподаватель

 С.В. Марцева

Консультант, ст.преподаватель

 С.В. Марцева

Консультант по технологической  
части, доцент

 Е.Г. Богданович

Ответственный за нормоконтроль,  
преподаватель

 А.К. Петрашкевич

Объем работы:

дипломная работа – 87 страниц;

графическая часть – 11 листов;

Цифровые носители – 1 диск.

Минск 2021

## РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 87 страниц, 14 рисунков и схем, 30 таблиц,  
35 использованных источника

### СБЫТ, ПРОДАЖИ, КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, СТИМУЛИРОВАНИЕ СБЫТА, УПРАВЛЕНИЕ СБЫТОМ, ПОКУПАТЕЛИ, ЭФФЕКТИВНОСТЬ

**Цель** дипломной работы – разработать рекомендации по совершенствованию стимулирования сбытовой деятельности ООО «Ижсинтез-Запад».

**Объект** дипломного исследования – сбытовая деятельность ООО «Ижсинтез-Запад».

**Задачи** дипломного исследования:

1. Определить сущность, содержание и функции сбытовой деятельности.
2. Изучить направления и методы стимулирования сбыта в организации.
3. Выявить особенности и провести обзор зарубежного опыта организации сбытовой деятельности компаний-дистрибьютеров.
4. Провести анализ сбытовой деятельности ООО «Ижсинтез-Запад».
5. Разработать и обосновать мероприятия, направленные на повышение эффективности стимулирования сбытовой деятельности ООО «Ижсинтез-Запад».

При проведении исследования использовались формально-логические методы, методы экономического анализа и методы маркетинговых исследований.

Элементом новизны полученных результатов является внедрение инструментов юзабилити для совершенствования интернет-канала продаж ООО «Ижсинтез-Запад». Это позволит не только увеличить продажи ООО «Ижсинтез-Запад», но и обеспечит узнаваемость компании среди потребителей.

Область возможного практического применения результатов – предприятия, специализирующиеся на торговле строительными и отделочными материалами.

Автор подтверждает, что приведенный в дипломной работе расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние объекта исследования, а все заимствованные из литературных источников идеи и положения сопровождаются ссылками на их авторов.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования: утв. Постановлением М-ва финансов Респ. Беларусь от 27 дек. 2011 г. № 140/206 (с изм. и доп. в ред. Постановления М-ва финансов Респ. Беларусь от 04 окт. 2017 г. № 33/23) / [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь – Минск, 2021.
2. Об определении критериев оценки платежеспособности субъектов хозяйствования: постановление Совета Министров Республики Беларусь от 12 декабря 2011 г. № 1672 (с изм. и доп. в ред. постановления Совета Министров Республики Беларусь от 22 января 2019 г. № 43) / [Электронный ресурс] // КонсультантПлюс / Нац. центр правовой информ. Республики Беларусь – Минск, 2021.
3. Акулич, И.Л. Современный маркетинг. Практическое пособие / И.Л. Акулич, И.З. Гречиков. – Минск.: ООО «Мисанта», 2016. – 366 с.
4. Алексина, И.С. Маркетинговые инструментариим стимулирования сбыта: личные продажи и системные проблемы / И.С. Алексина, Н.Ю. Омарова // Известия Международной академии аграрного образования. – 2018. – № 38. – С. 46-48.
5. Байбардин, Т.Н. Снабженческо-сбытовая деятельность / Т.Н. Байбардин. – Минск: Техноперспектива, 2016. – 340 с.
6. Барановский, С.И. Управление сбытом / С.И. Барановский, С.В. Шишло. – Минск: БГТУ, 2018. – 106 с.
7. Барсукова, Н.В. Место логистики в деятельности производственных предприятий / Н.В. Барсукова // Логистика: тенденции и перспективы развития. – 2020. – № 5. – С. 12-15.
8. Блинова, Т.Н. Современные маркетинговые коммуникации: монография / Т. Н. Блинова, Н. М. Герасименко, А. Н. Король, С. А. Пиханова, Т. А. Торопова; под науч. ред. проф. А. Н. Короля. – Хабаровск: РИЦ ХГУЭП, 2016. – 161 с.
9. Большакова, Ю.С. Особенности и основные преимущества маркетинга в социальных сетях / Ю.С. Большакова, А.С. Гуляев, М.Н. Евченко // Мо-

- лодой ученый. – 2019. – № 7. – С. 36-41.
10. Броварник, И.А. Организационно-экономические особенности логистики дистрибуции / И.А. Броварник // Логистика и управление цепями поставок. – 2018. – № 13. – С. 28-32.
  11. Данилова, Е.А. Стимулирование сбыта: содержание, виды, разработка программы / Е.А. Данилова // Экономика и управление: новые вызовы и перспективы. – 2018. – № 9. – С. 120-124.
  12. Дашков, А.П. Коммерция и технология торговли / А.П. Дашков, В.К. Памбухчиянц. – М.: Дашков и Ко, 2018. – 758 с.
  13. Заруднев, Д.Н. Инновационный подход к сбытовой деятельности предприятия / Д.Н. Заруднев, К.Т. Арбаева // Техника и технологии строительства. – 2019. – № 1(17). – С. 35-38.
  14. Иванова, О.О. Актуальные аспекты функционирования сбытовой логистики в Республике Беларусь / О.О. Иванова, А.И. Капштык // Молодой ученый. – 2020. – № 17. – С. 43-46.
  15. Капкаева, В.А. Особенности коммерческого посредничества в форме дистрибуции и агентирования / В.А. Капкаева, Ю.Ш. Капкаев // Вестник Челябинского государственного университета. – 2020. – 2. – С. 57-61
  16. Кизим, А. А. Основы предпринимательской логистики : учеб. пособие / А. А. Кизим. – Краснодар: Кубан. гос. ун-т, 2019. – 663 с.
  17. Коваленко, С.В. Методы и средства формирования спроса и стимулирование сбыта продукции / С.В. Коваленко // Молодой ученый. – 2018. – №1. – С. 69-71
  18. Коммерческая деятельность предприятия: стратегия, организация, управление: Учебное пособие / под ред. В.К. Козлова, С.А. Уварова. – СПб.: Политехника, 2017. – 357 с.
  19. Костин, А.Н. Гибкая методология юзабилити-проектирования / А.Н. Костин // Инженерная психология и эргонометрика. – 2018. – № 14. – С. 63–69.
  20. Крутушкина, О.В. Комплексный подход к стратегическому управлению маркетинговыми коммуникациями предприятия / О. В. Крутушкина // Экономика, предпринимательство и право. – 2019. – № 6 (17). – С. 52-58.
  21. Куршакова, Н.Б. Логистический менеджмент: учебник / Н.Б. Куршакова, Г.Г. Левкин. – М.: Инфра-М, 2021. – 399 с.

22. Лебедев, О.Т. Основы маркетинга / О.Т. Лебедев, Т.Ю. Филиппова. – СПб.: «МиМ», 2016. – 224 с.
23. Лифанова, С.А. Стратегия сбыта и дистрибьюции услуг / С.А. Лифанова // Организация и управление. – 2019. – № 3. – С. 8-11.
24. Митрофанова, А.А. Маркетинговые коммуникации в социальных сетях: проблемы и перспективы развития / А.А. Митрофанова // Молодой ученый. – 2019. – № 8. – С. 53-58.
25. Моисеева, Н. Межфирменный маркетинг – основа взаимодействия партнеров в логистической системе / Н. Моисеева, Т. Сарычева // Маркетинг. – 2020. – № 2. – С. 59–69.
26. Назина, Е.П. Сущность стимулирования товаров коммерческой организации / Е.П. Назина // сборник статей V Международной научно-практической конференции: в 3 частях. 2017. Издательство: «Наука и Просвещение» (ИП Гуляев Г.Ю.). Пенза, 10 декабря 2017. – 2017. – №3. – С. 69-72.
27. Нурпеисова, А.А. Современные методы стимулирования сбыта / А.А. Нурпеисова, Ж.Ш. Нуртаева // Аллея науки. – 2020. – Т. 4. – № 4 (20). – С. 53-58.
28. Нюренбергер, Л.Б. Особенности принятия управленческих решений по стимулированию продаж / Л.Б. Нюренбергер // Общественные науки. – 2018. – № 2-2 – С. 21-26.
29. Осмоловский, Н.Р. Сбыт продукции, или как увеличить продажи / Н.Р. Осмоловский. – М.: Феникс, 2015. – 389 с.
30. Пестерев, С.В. Ключевые особенности дистрибьюции / С.В. Пестерев, Ю.А. Кирякова // Аллея науки. – 2018. – № 7(23). – С. 65-61.
31. Пристанскова, Ю.С. Основные методы формирования спроса и стимулирования сбыта продукции на предприятии / Ю.С. Пристанскова // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2019. – № 11. – С. 31–36.
32. Прусакова, М.Ю. Оценка финансового состояния предприятия: методики и приемы / М.Ю. Прусакова. – Мн.: Вершина, 2014. – 180 с.
33. Пугачева, О.Н. Практика и основные принципы юзабилити / О.Н. Пугачева, Е.В. Титов // PR и реклама: традиции и инновации. – 2020. – № 8-2. – С. 22-27.

34. Савицкая, Г.В. Экономический анализ: учебник / Г.В. Савицкая. – Минск: Изд-во Гревцова, 2015. – 530 с.
35. Туманова, Д.И. Стимулирование сбыта: понятие, сущность, обзор современных инструментов / Д.И. Туманова // Международный журнал социальных и гуманитарных наук. – 2018. – №2. – С. 21-26.