СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc158731421)

[1 Теоретические аспекты увеличение объемов продаж 6](#_Toc158731422)

[1.1 Сущность и значение объема продаж 6](#_Toc158731423)

[1.2 Методы увеличения объема продаж 11](#_Toc158731424)

[1.3 Особенности функционирования рынка жилищного строительства в России 17](#_Toc158731425)

[2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ижстройдеталь» 28](#_Toc158731426)

[2.1 Общая характеристика ООО «Ижстройдеталь» 28](#_Toc158731427)

[2.2 Анализ рынка услуг жилищного строительства в г. Ижевск 34](#_Toc158731428)

[2.3 Анализ объема продаж 36](#_Toc158731429)

[3 Пути увеличения объемов продаж предприятия 40](#_Toc158731430)

[3.1 Мероприятия по увеличению объема продаж 40](#_Toc158731431)

[3.2 Оценка эффективности мероприятий 47](#_Toc158731432)

[Заключение 55](#_Toc158731433)

[Список использованных источников 57](#_Toc158731434)

# ВВЕДЕНИЕ

Главным источников финансирования хозяйственной деятельности коммерческого предприятия является выручка от осуществления этой деятельности, которая показывает эффективность осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Успешность завершения процесса производства или оказания услуг зависит от их реализации, которая в свою очередь является оконченной стадией в кругообороте средств предприятия.

На современном этапе экономики, объем выручки предприятия может колебаться в зависимости от спроса и предложений на рынке, оказывая негативное влияние на финансовые результаты и финансовую устойчивость предприятия. В крупных и средних компаниях создаются отделы продаж и финансовые отделы, контролирующие динамику изменения объема продаж. На малых предприятиях как правило функции указанных отделов возложены на директора и менеджера, что является тормозящим фактором развития предприятия.

Актуальность выбранной темы обусловлена тем, что в процессе формирования и осуществления деятельности предприятия важнейшее значение имеет правильно сформированный план продаж и эффективное распределение полученной прибыли.

Успехом в осуществлении финансово-хозяйственной деятельности является прогнозный объем продаж, сформированный на правильном анализе потребности рынка товаров, которые реализует предприятие. Расчет доходов должен быть экономически обоснованным, что позволяет своевременно, качественно и полно финансировать инвестиции и увеличивать собственный оборотный капитал.

Выручка или объем продаж – это сумма денежных средств или других выгод, которые компания получает в течение определенного периода своей деятельности, в первую очередь за счет продажи товаров или услуг своим клиентам. Выручка отличается от прибыли, поскольку прибыль – это выручка за вычетом затрат, которые компания несет при производстве своей продукции. Прирост капитала, возникающий в результате увеличения стоимости активов компании по какой-либо причине, не включается в продажи. Для благотворительных организаций доход включает общую стоимость полученных денежных пожертвований.

Любая компания, производящая и реализующая продукцию или услуги любого рода, всегда озабочена вопросом увеличения объёма продаж и добивается этого всеми доступными средствами и методами.

Увеличение продаж – один из способов повысить прибыльность любой торговой компании. Для этого разрабатывается и реализуется программа мероприятий, целью которой является привлечение большего количества покупателей. Неважно, что именно продает та или иная компания, цель которой – увеличить объем реализуемого товара. Торговля подчиняется одним и тем же законам, независимо от того, продаете ли вы капусту или сложную бытовую технику, продаете товар крупным оптом или затраты по сделке составляют несколько рублей.

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что низкий объем продаж существенно влияет на снижение доходов и конкуренции любой компании.

Объектом выпускной квалификационной работы – ООО «Ижстройдеталь».

Предмет выпускной квалификационной работы – объем продаж.

Целью выпускной квалификационной работы – разработка мероприятий по увеличению объема продаж.

На основе поставленной цели были определены следующие задачи:

* рассмотреть аспекты увеличения объемов продаж;
* анализ финансово-хозяйственной деятельности ООО «Ижстройдеталь»;
* разработать пути увеличения объемов продаж.