СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc136260397)

[1 Теоретические основы управления объемами продаж предприятия 5](#_Toc136260398)

[1.1 Понятие и сущность продаж предприятия 5](#_Toc136260399)

[1.2 Виды продаж предприятия 9](#_Toc136260400)

[1.3 Товар как объект увеличения объема продаж 17](#_Toc136260401)

[2 Анализ объемов продаж предприятия ООО «Мираж» 24](#_Toc136260402)

[2.1 Организационная характеристика ООО «Мираж». 24](#_Toc136260403)

[2.2 Оценка объемов продаж предприятия ООО «Мираж» 27](#_Toc136260404)

[3 Совершенствование управления объемом продаж предприятия ООО «Мираж» ................................................................................................................38](#_Toc136260405)

[Заключение 50](#_Toc136260406)

[Список использованных источников 56](#_Toc136260407)

Приложение А Книга учетов доходов и расходов ИП «Блинова Т.М.» за 2020 год.......................................................................................................................... 61

Приложение Б Книга учетов доходов и расходов ИП «Блинова Т.М.» за 2021 год.......................................................................................................................... 63
Приложение В Книга учетов доходов и расходов ИП «Блинова Т.М.» за 2022 год.......................................................................................................................... 65

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы выпускной квалификационной работы заключается в том, что от эффективной работы по увеличению продаж зависит благополучие организации. Руководители используют различные методики по увеличению объемов продаж, но не всегда они являются эффективными, поэтому необходимо более комплексно подходить к исследованию деятельности.

Целью исследования выпускной квалификационной работы является выявление путей увеличения объемов продаж предприятия ООО «Мираж».

В соответствии с целью, поставленной в работе, необходимо решить следующие задачи:

– раскрыть понятие и сущность продаж предприятия;

– рассмотреть виды продаж предприятия;

– выявить товар как объект увеличения объема продаж;

– дать организационную характеристику ООО «Мираж»;

– провести оценку объемов продаж предприятия ООО «Мираж»;

– выявить проблемы увеличения объемов продаж;

–предложить совершенствование увеличения объема продаж предприятия ООО «Мираж».

Объектом исследования в выпускной квалификационной работе является ООО «Мираж».

Предметом исследования выступают пути увеличения объемов продаж в организации.

Выпускная квалификационная работа структурно поделена на 3 главы, состоящих из теоретической, аналитической и практической, где предлагаются мероприятия по совершенствованию увеличения объема продаж.

Во введении в работе представлена актуальность работы, цель и задачи исследования, объект и предмет исследования, а также структура данной работы.

В первой главе рассматриваются теоретические основы объемов продаж предприятия.

В первом параграфе выявлено понятие и сущность продаж предприятия. Во втором параграфе представлены виды продаж предприятия. В третьем параграфе выявлены особенности товара как объекта увеличения объема продаж.

Во второй главе проводится анализ объемов продаж предприятия ООО «Мираж».

В первом параграфе дается организационная характеристика ООО «Мираж». Во втором параграфе проводится оценка объемов продаж предприятия ООО «Мираж». В третьем параграфе выявлены проблемы увеличения объемов продаж.

В третьей главе предложено совершенствование увеличения объема продаж предприятия ООО «Мираж».