СОДЕРЖАНИЕ

[Введение 3](#_Toc138074956)

[1 Теоретические основы управления сбытовой деятельностью организации 6](#_Toc138074957)

[1.1 Сущность, цели и значение системы управления сбытовой деятельностью в современных условиях 6](#_Toc138074958)

[1.2 Формирование сбытовой политики организации 11](#_Toc138074959)

[1.3. Маркетинговый подход и пути повышения эффективности сбытовой деятельности на предприятии 16](#_Toc138074960)

[2 Анализ сбытовой деятельности на предприятии (на примере ООО ТД «Кабельный Альянс») 28](#_Toc138074961)

[2.1 Краткая организационно-экономическая характеристика предприятия 28](#_Toc138074962)

[2.2 Анализ финансово-хозяйственной деятельности организации 32](#_Toc138074963)

[2.3 Анализ сбытовой деятельности 35](#_Toc138074964)

[3 Совершенствование сбытовой деятельности организации 43](#_Toc138074965)

[3.1 Разработка предложений по улучшению сбытовой деятельности организации 43](#_Toc138074966)

[3.2. Социально-экономическая эффективность мероприятий 49](#_Toc138074967)

[Заключение 52](#_Toc138074968)

[Список использованных источников 54](#_Toc138074969)

[Приложение А. Бухгалтерский баланс 58](#_Toc138074970)

[Приложение Б. Отчет о финансовых результатах (прибылях и убытках) 60](#_Toc138074971)

### ВВЕДЕНИЕ

В современных условиях инновационной модернизации экономики в России организация сбытовой деятельности предприятия является необходимым условием. Так как в условиях быстро меняющейся экономической среды современной России и вхождения ее в международную инфраструктуру социально-экономического пространства, основным условием жизнедеятельности производителей становится продажа своей продукции и услуг в виде товаров, общественная полезность которых, то есть их потребительная стоимость, определяется рынком. С другой стороны, обостряющаяся конкуренция углубляет проблемы сбыта, которые при стабилизации и последующем росте объемов производства лишь возрастают.

Эффективная организация процесса снабжения на предприятии материально-техническими ресурсами повышает их конкурентоспособность. Качество производимой продукции зависит, от того, насколько своевременно, в каком объеме и какого качества производится закупка сырья и материалов, а так же выполнение обязательств перед покупателями и заказчиками, возможность размещения дополнительных заказов.

Сбытовая деятельность предприятий осуществляется в сфере товарного обращения и связана со сменой форм стоимости. На первой стадии движения капитала, связанной с его переходом из денежной формы в товарную, предприятие удовлетворяет свои потребности в материальных ресурсах.

На третьей стадии, при переходе капитала из товарной формы в денежную, предприятие реализует произведенную продукцию и осуществляет расчеты с покупателями.

Актуальность вопроса обусловлена наличием проблем. Производство и реализация товаров промышленного назначения стремительно развивается, даже имея не большие производственные мощности, руководство предприятий принимает решение производить ровно столько продукции, сколько впоследствии сможет продать.

На данном рынке имеется множество производителей аналогичной продукции и множество покупателей с различными предпочтениями. Поэтому в современных условиях сбытовой службе необходимо убедить потенциального покупателя отдавать предпочтения именно своей продукции, выработав эффективные механизмы сбыта.

Непосредственному осуществлению сбытовой деятельности на предприятии должны предшествовать маркетинговые исследования рынка. В условиях ограниченных инвестиционных возможностей очень важно вложить средства в развитие производства и сбыт наиболее эффективных и перспективных для продажи товаров, что невозможно без детального исследования рынка, предварительной разработки товаров, их цены, определения каналов сбыта и методов его стимулирования.

По мере обострения проблемы реализации произведенной продукции производители вынуждены переходить к активному воздействию на процесс производства товаров, основываясь на принципах маркетинга. Данные факты обуславливают необходимость изменения управленческого мышления российских руководителей при помощи грамотно построенной системы сбытовой деятельности предприятия. Что позволит обеспечить выживание современного предприятия в долгосрочной перспективе, а так же повысить уровень конкурентоспособности, как на региональном рынке, так и за его пределами.

Вышеизложенная актуальность обусловливает необходимость проведения исследования в области проблем управления сбытовой деятельностью на современном предприятии.