

An aerial photograph of a large industrial or warehouse complex. The building is long and rectangular, with a series of windows along its side. A road runs alongside the building, and a white truck is driving on it. The scene is bathed in a warm, golden light, suggesting sunrise or sunset. The background shows a vast, flat landscape under a hazy sky.

Тема выпускной квалификационной работы

Торгово-сбытовая деятельность

и ее совершенствование
на примере предприятия

Руководитель ВКР — Белозерова Е.М.

Выполнил студент гр.зКМв-34— Куликова Л.

Цели и задачи дипломной работы:

- рассмотрение теоретических аспектов торгово – сбытовой деятельности предприятий;
- анализ стратегической деятельности предприятия ООО «Парфюм Косметик»;
- анализ коммерческой деятельности ООО «Парфюм Косметик», включая торгово – сбытовую деятельность;
- проведение маркетингового исследования по проблеме предприятия и разработка рекомендаций по совершенствованию торгово - сбытовой деятельности ООО «Парфюм Косметик».



Актуальность выбранной темы заключается в высокой конкуренции на рынке в целом и в необходимости совершенствования торговой-сбытовой деятельности на каждом предприятии.



Объектом
исследования
является
компания

ПАРФЮМ КОСМЕТИК

Предмет исследования -

ТОРГОВО-СБЫТОВАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ



ПАРФЮМ КОСМЕТИК

Компания «Парфюм Косметик» основана в 1993 году. Головной офис расположен в г. Екатеринбурге.

К 2006 году компания представлена на территории УрФО, Пермского края, Башкирии.

В 2014 году открылся первый магазин собственной розничной торговой сети в формате street retail.

Сегодня «Парфюм Косметик» крупнейший оператор федерального уровня в своей отрасли.

Крупные производители косметической продукции стран СНГ и зарубежья доверяют «Парфюм Косметик» реализацию товаров на территории РФ. Уникальный ассортиментный портфель компании насчитывает более 8000 товарных наименований.

Известные федеральные и региональных торговые сети выбирают «Парфюм Косметик» в качестве надежного поставщика востребованной покупателями доступной парфюмерно-косметической продукции.



01

В ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

Представлены теоретические аспекты
торгово-сбытовой деятельности
предприятий:

Сущность и содержание сбыта на
предприятии. Виды и классификация
сбытовой деятельности.

Формы и методы организации сбытовой
деятельности.

Показатель эффективности сбытовой
деятельности предприятия.



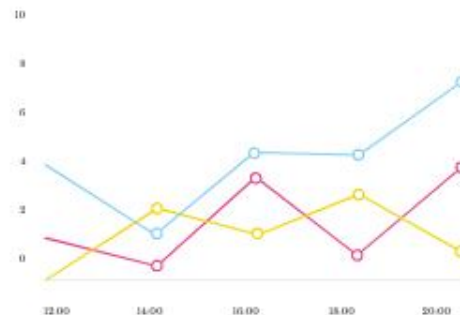
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ТОРГОВО-СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основные функции сбыта можно объединить в следующие группы: планирование, организация, контроль и регулирование.

Планирование является процессом определения целей, которые предполагается достичь предприятию за определенный период, а также процессом определения способов их достижения

Функция организации сбыта определяет структуру управленческой системы. Содержание и набор функций, осуществляемых в процессе организации сбыта, зависит от типа организации, от размеров организации, от сферы ее деятельности, от уровня в управленческой иерархии, от функции внутри организации и еще от многих факторов. Главная цель функций сбытового контроля и регулирования - соотнесение реально достигнутых результатов с теми, которые были запланированы

Главная цель функций сбытового контроля и регулирования - соотнесение реально достигнутых результатов с теми, которые были запланированы



02

ВО ВТОРОЙ ГЛАВЕ

Рассматривается работа предприятия ООО "Парфюм Косметик" по стратегическому планированию:


Характеристика предприятия.

Анализ операционного окружения предприятия.

Факторы общего окружения, влияющие на деятельность предприятия.

Определение вида стратегии предприятия.



A photograph of a business meeting. In the foreground, a person's hands are holding a tablet displaying a bar chart with blue bars and a red line. In the background, other people are seated at a table, looking at documents. The scene is lit with a cool blue light.

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ

Стратегией данного предприятия является краткосрочное планирование.

Краткосрочное финансовое планирование складывается из следующих планов:

- 1. Очередного финансового плана: доходы с оборота текущие расходы (сырье, зарплата) выигрыш или потери от текущей деятельности*
- 2. Финансового плана нейтральной области деятельности предприятия: доходы (продажа старого оборудования) расходы выигрыши или потери от нейтральной деятельности*
- 3. Кредитного плана;*
- 4. Плана капитальных вложений;*
- 5. Плана по обеспечению ликвидности. Он охватывает выигрыши или потери предшествующих планов: сумма выигрышей и потерь имеющиеся ликвидные средства резерв ликвидных средств*

Этапы составления краткосрочного плана:

- 1. Анализ ситуации и проблемы.*
- 2. Прогнозирование будущих условий деятельности.*
- 3. Постановка задач.*
- 4. Выбор оптимального варианта.*
- 5. Составление плана.*
- 6. Корректировка и увязка.*
- 7. Конкретизация плана.*
- 8. Выполнение плана.*
- 9. Анализ и контроль.*

03

В ТРЕТЬЕЙ ГЛАВЕ

Описывается коммерческая деятельность ООО
"Парфюм Косметик":

Анализ организации хозяйственных связей с поставщиками.

Ассортиментная политика.

Характеристика товаров.

Политика в области качества и организация продажи товаров.

Информационная политика предприятия и анализ конкурентной среды.



КОММЕРЧЕСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

Парфюм Косметик

специализируется на розничной и оптовой торговле непродовольственных товаров

Ассортиментный перечень

включает в себя:

- макияж для лица
- парфюмерия
- уход
- аксессуары
- гигиена
- подарки
- товары для здоровья

Политика компании заключается в

достижении и поддержании уровня качества продукции и услуг, повышении эффективности и результативности деятельности предприятия

Конкуренция является борьбой за внимание клиентов к собственному товару предприятия.

Анализ конкурентной среды в компании ведётся постоянно, начиная от мониторинга цен, заканчивая сравнением продукции.

Основными конкурентами компании являются:

"Л'Этуаль", "Впрок", "Парфюм Лидер", "Магнит Косметик", "Рив Гош", "Улыбка Радуги", "Плюс BEAUTY", Аптека "Живика"



04

В ЧЕТВЕРТОЙ ГЛАВЕ


Проводится маркетинговое исследование предприятия ООО "Парфюм Косметик":

Анализ системы маркетинговой информации на предприятии.

Планирование и проведение маркетингового исследования.

Разработка рекомендаций по выявленной проблеме предприятия.



A top-down view of a person's hands holding a pair of black-rimmed glasses over a silver laptop keyboard on a wooden desk. The person is wearing a blue long-sleeved shirt and a silver watch with a white face on their left wrist. A brown leather bag is visible in the upper left corner. The background is a dark, textured surface.

Согласно проведенному маркетинговому исследованию, основанному на анализе выручки предприятия и опросе сотрудников, прибыльность магазинов снизилась. На это повлияли такие факторы, как недостаточный ассортимент, довольно высокие по сравнению с конкурентами, цены, и тяжелая эпидемиологическая ситуация.

Для решения данной проблемы, компанией было принято решение разработать дополнительные обучающие курсы для продавцов, а также, выйти в сферу интернет-торговли. Это должно увеличить прибыль.

В ы в о д ы

Заключение



Объектом исследования
выступила компания ООО
"Парфюм Косметик".
В выпускной
квалификационной работе
рассмотрены
организационно - правовая
форма предприятия,
проведен анализ
производственной и торговой
деятельности компании,
проведено маркетинговое
исследование по торгово-
сбытовой деятельности.

На основании маркетингового
исследования разработаны
рекомендации по
решению проблемы на
предприятии ООО «ПАРФЮМ
КОСМЕТИК»

Цель выпускной
квалификационной работы
достигнута, задачи выполнены.



//// СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ! ///

