



Черкасова Полина Дмитриевна

Факультет менеджмента,
IV курс,
П1/М5523 группа

Научный руководитель –
доцент кафедры международного бизнеса
Ковалева Анна Сергеевна

**РАЗРАБОТКА РЕКОМЕНДАЦИЙ ПО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЮ
СИСТЕМЫ СБЫТА ПРОДУКЦИИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМПАНИИ
(на примере ООО «Диамант»)**

Аннотация. В работе выполнен анализ основных показателей деятельности ООО «Диамант», специализирующегося в производстве ювелирных изделий, его положения на рынке. Также была исследована деятельность сбытового подразделения компании, его структуры, определены основные проблемы, связанные со сбытом ювелирной продукции на отечественном и зарубежных рынках. Автором были предложены направления для развития деятельности предприятия, сформулированы рекомендации по совершенствованию системы сбыта, разработаны мероприятия по улучшению сбыта и определена их экономическая эффективность с учетом различных прогнозных сценариев.

Ключевые слова: ювелирно-производственное предприятие, система сбыта, позиционирование компании, внутренний и внешний рынок, маркетинг, экономическая эффективность.

Abstract. The paper analyzes main performance indicators and position on the market of company «Diamand», which specializes in the production of jewelry. Also, it was studied the work of the distribution department of the company and its structure, defined main problems associated with the sale of jewelry in the domestic and foreign markets. Then, it was proposed the directions of the enterprise's development, formulated recommendations for selling system's improvement, developed measures to improve distribution and determined their economic efficiency taking into account various forecast scenarios.

Keywords jewelry manufacturing enterprise, sale system, company positioning, internal and external market, marketing, economic efficiency.

Для любой компании реализация продукции является важнейшей задачей в рамках осуществляемой деятельности, обеспечивающей получение прибыли.

Для предприятий, работающих на международном уровне, проблема организации системы сбыта приобретает ключевую значимость ввиду необходимости учитывать особенности реализации продукции на рынках различных стран. В этой связи исследование проблем повышения эффективности системы сбыта продукции международной компании на современном этапе носит актуальный характер, которая далее рассматривается на примере ювелирного предприятия «Диамант».

Ювелирный завод «Диамант» – один из лидеров российского рынка, изделия которого представлены более чем в 6000 мультибрендовых магазинах 18 стран мира. Предприятие ООО «Красносельский ювелирный завод «Диамант» расположено в «ювелирном центре России» – Костромской области, на которую приходится 42% всего производства по России.

Исходя из анализа отчетности и финансовой статистики ООО «Диамант», были выявлены следующие проблемы, связанные с его деятельностью на российском и международном рынках за 2013-2015 годы:

- сокращение присутствия на основных рынках сбыта предприятия (Центральный, Южный и Северо-Западный ФО) и низкая представленность продукции предприятия в восточных регионах;
- падение объема реализации через оптовых закупщиков;
- отсутствие роста клиентской базы;
- неизвестность среди российских клиентов бренда «SOKOLOV».

Основные меры совершенствования работы отдела продаж должны быть сконцентрированы на его оптимизации. Так, в сфере организации деятельности отдела продаж необходимо достичь следующего:

- обеспечить взаимодействия специалистов отделов и их вовлечение в процессы разработки и обсуждения планов развития предприятия;
- наладить сотрудничество и оперативный обмен данными между специалистами отдела продаж, отдела маркетинга и PR;
- внести изменения в «Положение об отделе продаж», уточняющие обязанности и права сотрудников в рамках участия в процессах разработки и утверждения планов развития предприятия и стратегии продвижения продукции;
- организация подразделения по работе на зарубежных рынках и внедрение современного программного обеспечения процессов продаж.

В области совершенствования сбыта основные рекомендации для отдела продаж состоят в следующем:

- сконцентрировать усилия специалистов отдела по привлечению новых клиентов на рынках с более высокой прибыльностью продаж;
- сформировать возможность регулировать цену контракта в зависимости от прибыльности продаж в регионе;
- расширить работу с российскими и зарубежными интернет-магазинами с целью роста известности у потребителя бренда «SOKOLOV»;
- участие в крупнейших международных выставках ювелирных изделий.

В конечном итоге, реализация представленных рекомендаций направлена на стимулирование сбыта ювелирных изделий КЮЗ «Диамант» на российском и международном рынках, что в ситуации ухудшения внешней конъюнктуры является необходимым условием эффективной деятельности предприятия.

Контактная информация (электронный адрес) автора работы: cherkasova_p@mail.ru