

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

Кузнецова І.О.

-
(підпис)
- ||_

2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент

на тему: «Управління збутовою діяльністю підприємства»

Виконавець:

студентка факультету економіки та
управління підприємництвом
Щука Валентина Семенівна_

/підпис

Науковий керівник:

канд.екон.наук, ст.викладач
Балабаш Ольга Сергіївна _

/підпис/

Одеса 2019

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	5
1.1. Сутність поняття «збутова діяльність підприємства».....	5
1.2. Методи оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства.....	9
1.3. Особливості процесу управління збутовою діяльністю підприємства.....	12
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «AUTOPROFI SERVICE».....	23
2.1. Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «AUTOPROFI SERVICE».....	23
2.2. Аналіз тенденцій розвитку ринку технічного обслуговування та ремонту автомобілів.....	32
2.3. Аналіз збутової діяльності ТОВ «AUTOPROFI SERVICE».....	36
2.4. Управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFI SERVICE».....	44
ВИСНОВКИ	63
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ.....	65

ВСТУП

У сучасних умовах ринкової економіки головним фактором «виживання» підприємств є ефективна збутова політика та її цілеспрямований розвиток. Це відбувається внаслідок значного збільшення конкуренції на ринках збуту, зростання витрат діяльності, підвищення вимог споживачів відносно якісного обслуговування. У зв'язку з цим все більше значущими постають питання якості та ефективності функціонування збутової системи підприємства. Актуальність обраної теми роботи полягає в тому, що підприємства в умовах ринкової економіки значну увагу приділяють оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживача.

Результатом виробництва є обсяг продукції, призначеної для продажу, а результатом збуту є обсяг продукції, яка знайшла свого споживача. В свою чергу розробка збутової політики, визначення оптимальних напрямів і засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару, обґрунтований вибір організаційних форм і методів збутової діяльності, потребують ґрунтовних теоретичних досліджень, розробки нових підходів, адже значна кількість окреслених проблем є предметом наукових дискусій і залишаються досі невирішеними.

Управлінню збутовою діяльністю і аналітичному забезпеченню збутової політики підприємства присвячено чимало наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних авторів, таких, як: І. Ансофф, Л. В. Балабанова, В. В. Бурцев, В. Ф. Гамалій, Н. В. Головкіна, К. О. Глазкова, П.І. Белінський, Л. Давидова, В. Фальцман, Д. Ланкастер і Д. Джоббер, Ю. П. Митрохіна, М. Портер, Г. В. Савицька, О. М. Шконова та інші.

Мета і завдання дослідження. Метою даної роботи є дослідження ролі збутової діяльності в управлінні підприємством та розробка заходів з управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFISERVICE».

Для досягнення поставленої мети встановлено наступні завдання:

- розкрити роль збутової діяльності в управлінні підприємством;
- дослідити методи оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства;
- надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «AUTOPROFI SERVICE»;
- провести аналіз тенденцій розвитку ринку послугавтосервісу України;
- обґрунтувати заходи з управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFISERVICE»

Предмет та об'єкт дослідження. Предметом дослідження виступає процес управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFISERVICE». В якості об'єкта дослідження виступає ТОВ «AUTOPROFISERVICE».

При написанні кваліфікаційної роботи використані дослідження українських та зарубіжних науковців, монографії, підручники, наукові статті. Аналітичний розділ роботи побудований на основі внутрішньої документації підприємства, а саме: Статут підприємства, форми фінансової і статистичної звітності, внутрішні положення підприємства. Інформативною базою кваліфікаційної роботи є законодавчі і нормативні акти України.

Методологічну основу дослідження складають діалектичний метод наукового пізнання, методологія системного аналізу та методи економічного аналізу.

ВИСНОВКИ

Під час виконання кваліфікаційної роботи ми дійшли до низки висновків:

1. За даними державного комітету статистики, ринок технічного обслуговування та ремонту зростає з кожним роком. На сьогодні, 18 % авто обслуговуються у офіційного дилера, 28 % - на незалежних СТО, а 54 % - у приватних майстрів та самостійно. Саме ця категорія і є потенціалом ринку автосервісу.

2. В процесі аналізу тенденцій розвитку ринку автосервісу України нами було проведено оцінювання причини незадоволеності клієнтів автосервісу, основними з яких виявилися: використання застарілого обладнання, використання неякісних запасних частин, недостатня кваліфікація працівників. Саме наведені проблеми є одними з ключових стримуючих факторів розвитку ринку офіційного автосервісу в Україні.

3. Аналіз діяльності ТОВ «AUTOPROFISERVICE» дав змогу виявити одну з причин зниження чистого доходу від реалізації підприємства – зниження витрат на збут.

4. Обґрунтовано доцільність використання інструменту «діаграма Ісікави» з метою детального дослідження проблеми зниження ефективності збутової діяльності та виявлення причин, що вплинули на зниження реалізації робіт, послуг, товарів на ТОВ «AUTOPROFISERVICE». За методом 5М виділено основні фактори в рамках категорій: персонал, матеріали, виміри, технології та машини.

5. На основі методу експертного оцінювання та з використанням обґрунтованої шкали оцінювання було встановлено значимість факторів, що впливають на зниження обсягів реалізації ТОВ «AUTOPROFISERVICE».

6. За допомогою комплексного використання ABC аналізу та інструментів TQM, а саме діаграми Ісікави, діаграми Парето проведено аналіз факторів зниження реалізації робіт, послуг, товарів на ТОВ

«AUTOPROFISERVICE» та встановлено, що фактори з найбільшою значимістю, які в сумі складають 80 % впливу є «слабке впровадження онлайн-технологій», «відсутність необхідної деталі», «не ефективні технології продажу», «не повний асортимент деталей», «нема вхідного контролю якості деталей».

7. Розроблено програму заходів з управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFISERVICE», направлену на зниження впливу встановлених факторів.

8. Проведемо оцінювання ефективності всіх заходів з управління збутовою діяльністю ТОВ «AUTOPROFISERVICE». Доведено їх економічну доцільність та встановлено, що 1 грн. витрачена на реалізацію заходів, принесе 1,34 грн. додаткового прибутку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абрамович І. А. Стратегічні засади управління збутовою діяльністю [Електронний ресурс] / І. А. Абрамович. // Ефективна економіка. - 2013. - № 5. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_69
2. Ассэль, Г. Маркетинг: принципы и стратегия : учеб.для вузов / Г. Ассэль ; перевод с англ. М. З. Штернгарца. - 2-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2008. - 803 с.
3. Атаманчук Ю. М. Впровадження прогресивних механізмів управління збутовою діяльністю [Електронний ресурс] / Ю. М. Атаманчук // Агросвіт. - 2015. - № 5. - С. 50-55. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/agrosvit_2015_5_10
4. Балабанова Л.В. Управление збутовою політикою підприємства: навч. посіб. / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна; Донецьк: [ДонНУЕТ], 2013. – 229 с.
5. Бармашова К. С. Сбытовая политика фирмы, ее элементы <http://www.barmashovks.ru/page98/page171/index.htm>
6. Білоцеркович А.А. Організація роботи служби збуту та основні показники її комерційної діяльності / А.А. Білоцеркович, О.М. Ярим-Агаєв // Матеріали VI міжнародної студентської конференції «Сучасні тенденції менеджменту в Україні: правові та економічні аспекти» - Донецьк, ДонНТУ – 2015.
7. Бондаренко И.В. Современный маркетинг (в схемах, рисунках, терминологических пояснениях) учеб.пособ. / И.В Бондаренко, В.И. Дубницкий – Донецк: Юго-Восток, Лтд», 2002. – 354с.
8. Бочарова Т.И.: Как повысить конкурентоспособность организации? – «Управление персоналом», 2003, № 5.
9. Бойко, И.И. Классический маркетинг и маркетинговые экспертные оценки [Текст] : учеб.пособ. / И.И. Бойко. - К., 2008. - 302 с.

10. Бурцев В.В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования // Менеджмент в России и за рубежом. –2007. –№ 6. –С. 145–151.

11. Бутенко Н.В. Впровадження концепції CRM на промисловому ринку, [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.econom.univ.kiev.ua/publications/IE/Butenko.N.V/The%20introduction%20of%20the%20concept%20of%20CRM%20on%20the%20industrial%20market.pdf>

12. Бушуева, Л.И. Использование концепции организационных инноваций для управления процессом внедрения систем информационно-аналитического обеспечения маркетинговой деятельности//Маркетинг в России и за рубежом. – 2013.

13. Веремейчик О.Ф. Збутовадіяльність у контексті трансформаційних перебудов споживчого ринку: теоретичний аспект [Електрон. ресурс]. – Режим доступу:http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Tiru/2013_28_2/3.pdf

14. Витт Юрген. Управление сбытом: Пер. с нем.— М.: ИНФРА-М, 1997.— 112 с.

15. Власова В.М. Основы предпринимательской деятельности (Экономическая теория. Маркетинг. Финансовый менеджмент) / Под ред. В.М. Власовой.— М.: Финансы и статистика, 1996.— 496 с.

16. Волкова Т. Збутоваполітика: розкіш чи незамінний інструмент [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.kstil.com.ua/current/?aid=147>

17. Воронов А.А.: Моделирование конкурентоспособности продукции предприятия – «Маркетинг в России и за рубежом», 2003, № 4.

18. Галусенко В.І. Аграрний маркетинг / В.І. Галусенко – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с. ГАРКАВЕНКО С.С. Маркетинг. Підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закладів / С.С. Гаркавенко - К.: Лібра, 2002. - 708 с.

19. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник.-Київ: Лібра, 2004.-712 с.

20. Герасимчук В.И. Управление маркетингом / В. И. Герасимчук. — К.: ИСИО, 1993. — 315 с.
21. Гесеева Н.К. Современное предприятие: конкурентоспособность, маркетинг, обновление / Н.К. Моисеева, Ю.П. Анискин. — М.: Внешторгиздат, 1999. — 110 с.
22. Гірченко Т.Д. Маркетинг: навч. посіб. / Т.Д. Гірченко, О.В. Дубовик. - Київ: Центр навчальної літератури, 2007. — 255 с.
23. Гут І.О. Орієнтація сучасних стратегій збуту // Маркетинг в Україні. – 2002. – №6. – с. 37-39.
24. Гуржій Н. Г. Теоретико-методичні аспекти стратегічного управління збутовою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / Н. Г. Гуржій // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2014. - Вип. 45. - С. 159-163. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vetp_2014_45_36
25. Гуржій Н. Г. Моделювання стратегічного управління збутовою діяльністю підприємств [Електронний ресурс] / Н. Г. Гуржій // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. : Економічні науки. - 2014. - № 4. - С. 116-122. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2014_4_19
26. Добрянська В. В. Сучасні моделі управління збутовою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / В. В. Добрянська // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. - 2014. - Вип. 8(5). - С. 80-83. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_8\(5\)_20](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvkhdu_en_2014_8(5)_20)
27. Замыслов, А.Н. Сложно ли реализовать CRM-проект? О взаимосвязи характера CRM-проекта и его ключевых рисков//Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2014.
28. Зернюк О. В. Логістичний аналіз управління збутовою діяльністю промислового підприємства [Електронний ресурс] / О. В. Зернюк, В. О. Ігнатенко // Економіка і регіон. - 2015. - № 5. - С. 60-65. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econrig_2015_5_12

29. Іваночко Н. В. Методологічні основи управління збутовою діяльністю підприємств [Електронний ресурс] / Н. В. Іваночко // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 3. - С. 115-121. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2015_3_18

30. Мальков А.А. Оценка экономической эффективности внедрения автоматизированной CRM-системы, [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/management/practice/supremum2002/12.shtml>

31. Кублікова Т. Б. Інституційні інвестори : основні чинники розвитку / Т. Б. Кублікова // Схід. – 2008. – № 6(90). – С. 26-29.

32. Кублікова Т. Б. Управління інноваціями: теорія та практика: навчальний посібник / Т. Б. Кублікова. – Одеса: Астропринт, 2014. – 236 с.

33. Марданов А.З. Экономические эффекты от внедрения CRM, [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cfin.ru/itm/crm/effects.shtml>

34. Музичка Є. О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств [Електронний ресурс] / Є. О. Музичка // Економічний часопис-XXI. - 2013. - № 11-12(2). - С. 64-67. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_11-12\(2\)__18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecchado_2013_11-12(2)__18)

35. Надтока Т.Б. Удосконалення збутової політики підприємства / Т.Б. Надтока, А.Ю. Жигуліна [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/2013_5_3/098-102.pdf

36. Новиков О.А. Коммерческая деятельность производственных предприятий (фирм): Учебник / Под ред. О.А. Новикова, В.В. Щербакова.— СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 1999.— 416 с.

37. Орлов П. А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрями розвитку. Монографія // П. А. Орлов, Г. О. Холодний, М. А. Борисенко та ін. – Харків: ХНЕУ, 2008. – 232 с.

38. Павленко А.Ф. Маркетинг: підручник / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. - К.: КНЕУ, 2003. - 246 с.

39. Пашкевич М. С. Проблеми та перспективи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві [Електронний ресурс] / М. С. Пашкевич, О. С. Чернишева // Економічний простір. - 2012. - № 67. - С.

270-277. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/есpros_2012_67_34

40. Перерва П.Г. Управління маркетингом на машинобудівних підприємствах: [Навч. посібник для машинобудівних спеціальностей інж.-техн. вузів]. – Х.: Основа, 1993. – 288с.

41. Пілько А. Д. Прогнозування ефективності управління маркетинговою і збутовою діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / А. Д. Пілько, О. М. Лукан // Моделювання регіональної економіки. - 2012. - № 1. - С. 272-279. - Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/UJRN/Modre_2012_1_33

42. Проненко Г.С. Відділ маркетингу – каталізатор упровадження загального управління якістю (TQM) // Маркетинг в Україні. – 2002. – №2. – с. 57-59.

43. Сакур Л.М. Управління збутом на підприємстві // Регіональні перспективи. – 2002. – №6. – с. 75-77.

44. Сальников О.В. Виды каналов сбыта и их участники // Nota bene/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://nbene.narod.ru/comm/fcomm17.htm>

45. Сенишин О.С., Харковець Ю.П.: Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність» // Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку регіону, 2011

46. Старостіна А.О. Промисловий маркетинг: теорія, світовий досвід, практика. Підручник – К.: —Знання - Прес, 2004. – 687 с.

47. Ткаченко Т. А. Методичні підходи до оцінки ефективності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств [Електронний ресурс] / Т. А. Ткаченко // Вісник аграрної науки Причорномор'я. - 2014. - Вип. 3(1). - С. 88-94. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2014_3\(1\)_12](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vanp_2014_3(1)_12)

48. Ткаченко Т. А. Удосконалення управління збутовою діяльністю сільськогосподарських кооперативів [Електронний ресурс] / Т. А. Ткаченко // Вісник Харківського національного аграрного університету ім. В. В. Докучаєва. Сер. : Економічні науки. - 2013. - № 11. - С. 278-283. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vkhnau_ekon_2013_11_39

49. Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю [Електронний ресурс] / Н. В. Терент'єва // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. - 2016. - № 1. - С. 127-138. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vznu_eco_2016_1_18

50. Чеботар С.І., Шевчик М.Г., Рябчик І.В. та ін. / Основи маркетингу: навч. посіб. - К.: Наш час, 2004. - 240 с

51. Шапошник І. О. Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства на основі маркетингово-логістичного підходу / І. О. Шапошник // «Управління розвитком», 16(113) 2015. – с. 49-51

52. Янишин Я. Маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства ЗАТ "Галичина" [Електронний ресурс] / Я. Янишин // Вісник Львівського національного аграрного університету. Сер : Економіка АПК. - 2013. - № 20(1). - С. 351-356. - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2013_20\(1\)___60](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vlnau_econ_2013_20(1)___60)