

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства»

на тему: «Удосконалення системи збуту підприємства за рахунок
впровадження CRM (на прикладі ТОВ «АДІС-Авто»)»

(назва теми)

Виконавець:

студент факультету ФЕУП
Єрґієва Іванна Дмитрівна _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
(науковий ступінь, вчене звання)
Літвінов Олександр Сергійович _____
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність тем. На сучасному етапі переходу до ринкових відносин в нашій країні стимулювання збуту продукції починає грати важливу роль для успішної діяльності будь-якого підприємства. Зростаюча конкуренція змушує підприємства - виготівників йти на дедалі більші поступки споживачам і посередникам в збуті своєї продукції за допомогою стимулювання. Крім того, об'єктивним чинником зростання ролі стимулювання є те, що ефективність реклами знижується через зростаючі витрати і рекламної тісноти в засобах масової інформації. Тому все більше число підприємств вдається до стимулювання збуту, як до засобу, який може ефективно підтримати рекламну кампанію.

Мета дослідження. Оцінка можливостей підприємства і розробка рекомендацій щодо вдосконалення діяльності з просування окремих видів продукції.

Завдання дослідження:

- описати основні засоби стимулювання і їх переваги і недоліки;
- проаналізувати діяльність ТОВ "АДІС-Авто" та існуючу систему роботи з клієнтами в ТОВ "АДІС-Авто"
- запропонувати нові заходи щодо стимулювання збуту;
- обґрунтувати рекомендовані заходи та їх доцільність.

Об'єкт дослідження - ТОВ "АДІС-Авто".

Предмет дослідження розробка програми стимулювання збуту на досліджуваному підприємстві.

Методи дослідження. У ході написання даної роботи використовувалися такі методи дослідження, як метод спостереження та метод аналізу динаміки показників.

Інформаційна база дослідження наукові публікації, підручники різних областей наук: менеджменту, маркетингу, соціології, психології, економіки.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (40 найменувань) та 2-х додатків. Загальний обсяг роботи становить ___ сторінок. Основний зміст викладено на 66 сторінках. Робота містить 22 таблиці, 7 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «*Теоретичні основи інформаційних систем класу CRM*» розглянуто сутність збуту, збутової діяльності, системи збуту та CRM-системи. Також представлена історія CRM-рішень і витрати, які необхідні на проведення збутової діяльності.

У другому розділі «*CRM-система як інструмент підвищення ефективності бізнесу на прикладі ТОВ «АДІС-Авто»*» проаналізовано сутність роботи підприємства, основних показників фінансової діяльності, систему збуту ТОВ «АДІС-Авто» та проблемні моменти.

У третьому розділі «*Впровадження CRM-системи на підприємстві ТОВ «АДІС-Авто»*» запропоновано впровадити CRM-систему, яка є системою взаємодії з клієнтами. Крім того запропоновано проводити тест-драйви та презентації автомобілів. І наведені розрахунки щодо впровадження даних заходів і економічного ефекту від їх впровадження.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Визначили поняття «збуту». Збут у широкому розумінні – процес організації транспортування, складування, підтримки запасів, доробки, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування і реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку. Збут товару включає в себе такі операції: розробку прогнозів ринкової кон'юнктури і прогнозів реалізації продукції, розрахунок і обґрунтування фінансового кошторису збуту, проектування і апробацію норм збуту, вибір альтернативних каналів розподілу продукції, створення торговельних комунікацій, розробку форм збутової звітності, моделювання процесів продажу і кінцевих результатів збутових операцій.
2. Визначили поняття «збутової діяльності». Збутова діяльність – це все те, що забезпечує максимальну вигідність торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного або кінцевого споживача.
3. Наведений приблизний перелік витрат підприємств на збут товарів.
4. Проведено аналіз роботи ТОВ «АДІС-Авто». Проаналізовано діяльність даного підприємства та фінансової діяльності ТОВ «АДІС-Авто». Компанія є одним з лідерів у своїй сфері діяльності в Одеській області.
5. Проаналізована система збуту ТОВ «АДІС-Авто» та виявлені негативні моменти. Головною проблемою, по-нашому, є погана робота з клієнтською базою та потенційними клієнтами.
6. Наведені рекомендації щодо удосконалення системи збуту на ТОВ «АДІС-Авто». Головною рекомендацією є впровадження CRM-системи. А двома іншими є проведення тест-драйвів і презентацій, а також акцій та розіграшів.