

**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 магістра**  
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»  
(шифр та найменування спеціальності)

за магістерською програмою професійного спрямування  
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»  
(назва магістерської програми)

на тему:

**«Роль ефективної збутової політики в діяльності підприємства»**  
(назва теми)

**Виконавець:**

студент факультету економіки та  
управління підприємництвом

Ігнатов Іван Іванович

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

**Науковий керівник:**

к.н.е., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія Олександрівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

\_\_\_\_\_  
/підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми: На сьогоднішній день головним засобом, що визначає результати і ефективність діяльності будь-якої організації, є ефективна система збутової діяльності, що включає в себе як основні взаємодіючі між собою елементи, так і методи, на основі яких відбувається організація збуту на підприємствах. Саме тому, в умовах зростаючої конкуренції глобальних виробників різних товарів і послуг, підприємствам потрібно переорієнтація своєї виробничої діяльності на задоволення потреб основних замовників, своєчасне реагування на запити споживчого ринку, а також ефективну взаємодію з внутрішніми та зовнішніми контрагентами.

Правильний вибір стратегії збуту продукції є ключовим фактором розвитку підприємства. Налагоджена система дистрибуції дозволяє розширити асортимент товарів та послуг, збільшити частку компанії на ринку, оцінити ступінь задоволеності покупців і отримати фінансовий прибуток.

Ефективна реалізація продукції забезпечує підприємствам приплив коштів і відкриває можливості для організації великомасштабного і, отже, низько затратного виробництва більш якісної продукції.

Стимулювання збутової діяльності включає цілеспрямований виклик інтересу у всіх учасників процесу руху товарів від служби збуту до кінцевих покупців. Успіх на ринку в продажу того чи іншого товару залежить не стільки від виробничих і фінансових можливостей фірм, скільки від планування збутової діяльності підприємства.

Планування збутової діяльності підприємства полягає в тому, щоб доводити товари до споживача в тому місці, в тому числі і такій якості, які потрібні.

Дослідження проводиться на основі діяльності ТОВ «Телекарт-прилад».

Одеське підприємство ТОВ «Телекарт-Прилад» є національним виробником сучасних цифрових засобів зв'язку. Основні сфери діяльності - виробництво продукції для силових структур і виробництво продукції енергетичного сектора.

**Мета дослідження:** виявлення недоліків та переваг збутової політики ТОВ «Телекарт-прилад» та розробка альтернативної збутової політики для ефективного використання потенціалу досліджуваного підприємства.

**Задачі дослідження:** збір та аналіз інформації щодо діяльності ТОВ «Телекарт-прилад», визначення поточного положення підприємства серед конкурентів, пошук рішень по вдосконаленню діючої збутової політики.

**Об'єкт дослідження:** збутова діяльність ТОВ «Телекарт-прилад».

**Предмет дослідження:** ефективність методів та каналів збуту товарів ТОВ «Телекарт-прилад»

**Інформаційна база дослідження:** нормативно-правова база, монографії, підручники, методичні вказівки, інтернет-джерела, внутрішня інформація підприємства.

## ЗАГАЛЬНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

**В першому розділі** «Теоретичні аспекти збутової діяльності підприємства» було розглянуто сутність, структуру та функції збуту, а також методи оцінки та вдосконалення ефективності. Виявлено, що збутовій політиці традиційно підприємством приділялася менша увага в порівнянні з розробкою товарної, цінової, комунікаційної та сервісної політик. Лише при неможливості досягнення конкурентних переваг в перерахованих сферах погляд звертався до збутової політики. Важливим напрямком удосконалення системи управління збутовою діяльністю досліджуваного підприємства є оптимізація витрат на збут продукції.

**В другому розділі** «Розрахунково-аналітичне дослідження діяльності ТОВ «Телекарт-прилад»» було проведено дослідження галузі виробництва

обладнання зв'язку і виробництва електророзподільчої та контрольної апаратури. Це є основними видами діяльності ТОВ «Телекарт-прилад». У результаті аналізу було виявлено, що галузь, в цілому, має зростаючу тенденцію розвитку.

Обсяг реалізованої продукції (обладнання зв'язку) у 2019 році становив 3047917,9 тис. грн., що на 18,11% більше, ніж аналогічний період минулого року, та на 144,66% більше, ніж у базовому періоді(2012р.). Питома вага виробників обладнання зв'язку, що отримали прибуток/збиток у 2019 році, дорівнює 71,4/28,6%.

Обсяг реалізованої продукції (електророзподільчої та контрольної апаратури) у 2019 році становив 9 235 002,3 тис. грн., що на 24,71% більше, ніж аналогічний період минулого року, та на 159,51% більше, ніж у базовому періоді(2012р.). Питома вага виробників обладнання зв'язку, що отримали прибуток/збиток у 2019 році, дорівнює 78/22%.

Було проведено загальний аналіз діяльності ТОВ «Телекарт-прилад». Чистий прибуток, у цілому, з 2015 по 2019рр. збільшився на 2840,2%. Середній темп приросту показників рентабельності за 2018/2019рр. склав 484,55%.

Різкий стрибок показників у 2019 році по'язаний із заключенням договорів на поставку вагової партії воєнно-промислового приладдя для державних потреб, а також, з розширенням ринку збуту за територію України.

Проаналізовано збутову діяльність ТОВ «Телекарт-прилад» за каналами збуту. У 2019 році обсяг реалізованої продукції збільшився на 73,8%, порівняно з 2018 роком, та склав 379050 тис.грн., з яких: 2,6%-прямий; 7,4% збут непрямий збут; 90% збут за тендерними угодами. При проведенні факторного аналізу каналів збуту, було з'ясовано, що зростання загального показнику рентабельності, протягом 2015-2019рр., було досягнуто, більшою мірою, за рахунок зростання збуту за тендерними угодами.

**В третьому розділі** «Основні напрямки підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Телекарт-прилад»» були надані пропозиції щодо підвищення ефективності прямого та непрямого каналів збуту.

Для підвищення ефективності прямого збуту була запропонована модернізація лічильників, для усунення недоліків, пов'язаних з відмовами на постачання від енергопостачальних компаній. Також, було запропоновано збільшення середньозваженої ціни продукції на 17,8%, для більш швидкого покриття витрат на модернізацію і вагомому росту рентабельності прямого каналу збуту.

Для підвищення ефективності непрямого каналу збуту був запропонований перехід від фіксованої до накопичуваної системи знижок. Таке рішення є більш привабливим, оскільки задовольняє інтереси не тільки великих посередників, а й малих.

Накопичувальна система знижок дає змогу розширити коло посередників, а також, за рахунок зменшення середньозваженої знижки, призведе до зменшення витрат.

## **ВИСНОВОК**

На базі практики було розглянуто функціонування ТОВ "Телекарт-прилад" та галузь його діяльності. ТОВ "Телекарт-прилад" діє на ринку побутових і промислових електроприладів більше 10 років. Первиною сферою діяльності було виробництво приладів обліку електроенергії.

ТОВ «Телекарт-Прилад», згідно другому розділу, має перспективу до розвитку у своїй збутовій діяльності. Враховуючи той фактор, що реалізація продукції в останні роки вийшла за територію України, зараз той самий момент, коли необхідно приділити більш ретельну увагу до ефективності цього напрямку. Беручи до уваги інформацію щодо досвіду діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад», можна зробити висновки, що фінансовий розквіт підприємства розпочався з 2015 року, коли почалося співробітництво за державними замовленнями. За 2019 рік підприємство отримало надприбуток, порівняно з минулими роками. Після такого стрибку,

необхідно розробити вдосконалену стратегію, яка зможе надати можливість більш ефективно розпоряджатися цим самим прибутком.

Галузь, в цілому, має тенденцію розвитку. Динаміка обсягу реалізації продукції демонструє стрімке зростання, починаючи з 2015 року. Середній темп росту становить 124,51% для виробництва обладнання зв'язку та 116,05% для виробництва електророзподільчої та контрольної апаратури. За останні 5 років, більш ніж 70% підприємств отримують фінансовий прибуток. Протягом 2014-2019 років, прибуток підприємств з виробництва обладнання зв'язку збільшився з 97 830,3 до 377 812,6 тис. грн., а прибуток виробництва електророзподільчої та контрольної апаратури збільшився з 292 189,6 до 1 024 081 тис. грн.

Фінансовий аналіз діяльності ТОВ «Телекарт-Прилад» залишив двояке враження. Підприємство має позитивну динаміку росту рентабельності по всім категоріям проаналізованих показників, має стрімке підвищення рівню продажу та прибутку, а також, високі показники ефективності використання основних фондів. Однак, дослідження фінансової стійкості демонструє зростання залежності підприємства від запозичених коштів.

У 2014 році майже всі показники фінансової стійкості мали значення, яке було наближене до нормативного. Наступні періоди показували стабільне зростання відхилення від норм.

Проблемною є політика збуту, оскільки динаміка виконання плану виглядає дуже нестабільною. Підприємство за останні роки значно підвищило показники реалізованої продукції, однак, цей розвиток, більшою мірою, пов'язаний із державними закупівлями воєнно-промислового комплексу. ТОВ «Телекарт-Прилад» акумулює велику кількість коштів з цих замовлень, але приділяє все менше уваги на інші канали збуту. Продаж приладів фіксації електроенергії має нестабільний характер, система лояльності ніяк не змінюється протягом тривалого часу, збут здійснюється

лише через обмежену кількість дилерів, тендерні договори зриваються через відсутність ухвалення обласною енергопостачальною компанією.

У 3 розділі були запропоновані заходи, що в ході аналізу підтвердили свою ефективність та позитивно вплинула на розвиток каналів збуту. Уникнення причини відмов, нова ціна та більш якісна продукція підвищує загальну рентабельність підприємства на 0,04, а запровадження накопичувальної системи лояльності- на 0,01, що є досить непоганим результатом, враховуючи їх питому вагу. Такі заходи розкривають лише частину збутового потенціалу ТОВ «Телекарт-Прилад», оскільки, увага була спрямована на підвищення ефективності прямого і непрямого каналу збуту.

Необхідно проводити більш детальний аналіз власної діяльності, займатися перейманням досвіду іноземних компаній у сфері маркетингу, оскільки, економічний розвиток України дуже відстає від європейських країн та США. Таку проблематику висвітлюють десятки вчених, зазначаючи, що більшість підприємців країн СНД мають застаріле уявлення щодо ведення бізнесу. Це пов'язано із стрімким розвитком світових технологій та недостатнім рівнем адаптації до нових умов.

ТОВ «Телекарт-Прилад» має дуже високу перспективу розвитку, але необхідно оптимізувати систему збуту, розглянути структуру витрат та розширяти канали збуту. Це стимулює додаткові притоки доходів та буде можливість виходити із залежності від позикових коштів, позбутися додаткових ризиків та підвищити маневреність капіталу.

Особливу увагу варто приділити прямому каналу збуту, оскільки він має найбільшу перспективу розвитку. А також, прямий бут є постійним джерелом доходів, на відміну від збуту за тендерними угодами.

## АНОТАЦІЯ

Ігнатов І.І. , «Роль ефективної збутової політики в діяльності підприємства»,  
(*прізвище та ініціали студента*) (*назва кваліфікаційної роботи*)

кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності  
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» за магістерською програмою

«Економіка та стратегія розвитку підприємства»,

Одеський національний економічний університет

м. Одеса, 2020 рік

Кваліфікаційна робота магістра складається з трьох розділів. Об'єкт дослідження – збутова діяльність ТОВ «Телекарт-прилад».

У роботі розглядаються теоретичні аспекти: Сутність та функції збуту, збутова політика підприємства та ефективність збутової діяльності підприємства.

Проаналізовано: загальний фінансовий стан ТОВ «Телекарт-прилад», а також розглянуто структуру збутової діяльності за каналами збуту.

Запропоновано: 1) модернізація лічильників, з метою уникнення відмов на постачання від енергопостачальних компаній; 2) впровадження накопичувальної системи знижок для посередників, замість діючої(фіксованої).

**Ключові слова:** збут, канал збуту, прямий збут, непрямий збут, збутова політика, рентабельність, прибуток, фондівіддача, система лояльності, фондомісткість, темп приросту, виручка від реалізації, питома вага.

## ANNOTATION

Ihnatov I. , «The role of an effective sales policy in the company's activities(on the example of " Telekart-Prilad LLC.")»,

(*students surname and initials*)

(*work title*)

thesis for Master degree in specialty «Entrepreneurship, trade and exchange activities»

under the program «Economics and strategy of enterprise development »,

Odessa National Economic University

Odessa, 2020.

Thesis consists of three chapters. Object of study: sales activities of Telekart-Prilad LLC. Diploma thesis deals with theoretical aspects of The essence and functions of sales, sales policy of the enterprise and the efficiency of sales activities of the enterprise.

**Keywords:** sales, sales channel, direct sales, indirect sales, sales policy, profitability, profit, return on assets, loyalty system, capital intensity, growth rate, sales revenue, share.