

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

Кафедра маркетингу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 6.030507 Маркетинг
за освітньою програмою Маркетинг**

на тему: **«Політика розподілу і напрямки її вдосконалення на підприємстві»**

Виконавець:

студент факультету міжнародної
економіки
Арцибашева О.І. _____

Науковий керівник:

К.е.н., доцент
Сотніков Ю.М. _____

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми зумовлена змінами умов реалізації продукції на ринку вітчизняних підприємств, що спричиняє необхідність підвищення ефективності збутових процесів, оперативного реагування управлінців на трансформації та удосконалення процесу реалізації продукції як важливої функціональної складової діяльності підприємства.

Мета дослідження вивчення політики розподілу ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН у сучасних умовах розвитку авто бізнесу та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Завдання дослідження:

- розглянути теоретичні основи здійснення політики розподілу підприємства;
- дослідити методи оцінки ефективності збуту в ринкових умовах;
- вивчити управління збутовою діяльністю підприємства;
- провести аналіз систем та методів управління збутовою діяльністю;
- проаналізувати господарську діяльність ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН;
- запропонувати заходи вдосконалення політики розподілу та політики комунікацій в автоцентрі;

Об'єкт дослідження є ринок автобізнесу, зокрема ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН та його політика розподілу.

Предмет дослідження теоретичні основи політики розподілу та практичні методи організації та управління збутом на ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН.

Методи дослідження в процесі дослідження використані загальнонаукові способи та засоби економічного аналізу та обробки статистичних даних - порівняння, групування, графічний метод та маркетингові методи дослідження – SWOT-аналіз та STEP-аналіз.

Інформаційна база дослідження Планові та звітні показники діяльності ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН за 2016-2018 роки, літературні джерела, статистичні збірники, періодичні видання з даної теми та Інтернет-ресурси.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (35 найменувань) та 6-х додатків. Загальний обсяг роботи становить 91 сторінка. Основний зміст викладено на 81 сторінках. Робота містить 27 таблиць, 6 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Політика розподілу товарів як елемент комплексу маркетингу**» розглянуто сутність політики розподілу, здійснення управління та організації розподільчої діяльності на підприємстві та розглянуто методи оцінки ефективності маркетингових каналів розподілу.

У другому розділі «**Аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН**» проаналізовано основні напрями діяльності підприємства, маркетингове середовище ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН та особливості збутової діяльності.

У третьому розділі «**Ефективність впровадження нових збутових**

програма на підприємстві ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН» запропоновано методи вдосконалення збутової діяльності підприємства, а саме: впровадження аромаркетингу, CRM-системи та підвищення кваліфікації найманих працівників. А також розраховано економічну ефективність розширення дилерської мережі за рахунок відкриття нового автоцентру.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

— Аналізуючи збутову діяльність підприємства ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН, канали та методи розподілу продукції і послуг, можна зробити висновок, що на підприємстві дуже серйозно і відповідально підходять до збутової політики та маркетингової стратегії. Підприємство використовує новітні технології, пропонує своїм клієнтам вигідні умови кредитування та лізингу.

— Тенденції збуту ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН останніх років мають позитивний характер. Причина росту попиту на автомобілі — поступове збільшення доходів українців та стабілізація валютних коливань. Аналіз продажів автомобілей за 2016-2018 роки показав тенденцію до росту. У кількісному виразі порівнюючи показники 2018 і 2016 років спостерігається збільшення продажів легкових автомобілів на 24 штуки.

— Проведена розробка нових комунікаційних та розподільчих заходів для підвищення збуту продукції на підприємстві. Для удосконалення комунікаційної політики підприємства можемо запропоновано впровадження аромаркетингу та нової системи роботи з клієнтами. Також запропоновані певні заходи щодо вдосконалення політики розподілу, а саме навчання та тренінги з продавцями-консультантами салону та відкриття нового дилерського автоцентру SKODA у місті Нова Каховка Херсонської області. Тож у загальній сукупності запропоновані заходи щодо вдосконалення політики розподілу підприємства допоможуть ТОВ АВТОЦЕНТР ХЕРСОН підвищити обсяги продажів автомобілів та сервісних послуг, а також позитивно вплинуть на лояльність як існуючих, так і перспективних клієнтів.