

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 освітньою програмою професійного спрямування
«Економіка та стратегія розвитку підприємства»
(назва освітньої програми)

на тему: « Вдосконалення збутової діяльності підприємства»
(назва теми)

Виконавець:

студент факультету економіки та управління
підприємництвом

Власюк Олена Валеріївна
(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент _____

(науковий ступінь, вчене звання)

Літвінова Вікторія
Олександрівна

прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Проблеми збільшення напрямів збутової діяльності в умовах фінансової нестійкості особливо важливі для підприємців, адже їх наявність вирішує долю існування компанії. Умови зовнішнього середовища, які швидко змінюються, ставлять перед керівниками завдання пошуку шляхів забезпечення конкурентної позиції підприємства як необхідної умови виживання. Тому під час формування збутової стратегії, підприємству варто зважено підходити до пошуків напрямів збільшення збутової діяльності.

Організація системи збуту компанії є ключовою ланкою в розробці чітких правил і комерційних умов для всіх каналів продажів. Вироблення найбільш вигідних умов для торгових партнерів при дотриманні заданого рівня рентабельності продажів компанії - ось основна мета комерційної політики. Вона допомагає менеджерам вибирати і налагоджувати роботу з найбільш перспективними для компанії клієнтськими сегментами та відслідковувати виконання правил учасниками збутової мережі.

Актуальність обраної теми дипломної роботи безперечна, оскільки управління збутом товарів промислового призначення включає рух матеріальних цінностей від підприємств виготівників, так і стрічний потік товарів. Разом з цим воно охоплює рух товарів до державних організацій, діловим підприємствам непромислового характеру, експортерам, а також рух товарів між самими підприємствами.

Проблемам збутової діяльності та управлінню цим процесом у своїх працях велику увагу приділяють такі зарубіжні вчені, як Грант Стюарт, Дж.Болт, А.Томпсонмол., А.Стиркланд, Штерн Льюїс, Ель-Ансарі Адель, Е.Кофлан, Д.Ланкастер, Д.Джоббер та ін. Окремі аспекти досліджують Г.Армстронг, П.Дойль, Ф.Котлер, А.Романов та ін. Вагомий внесок у дослідження проблем збутової діяльності зробили вітчизняні вчені: Л.Балабанова, А.Балабаниць, О.Кузьмін, Є.Ромат, О.Майборода,

Н.Тарнавська, Р.Ларіна та ін. 9 Можна відзначити, що вагомий внесок зарубіжних і українських вчених у досліджувану багатопланову і складну проблему вже зроблено, проте ще багато її компонентів не до кінця з'ясовано. Наявність невирішених питань зумовило вибір об'єкта і предмета, постановку мети і завдань даного дослідження.

Метою даної дипломної роботи є дослідження теоретичних і прикладних засад ефективного використання збутової діяльності, аналіз управління системи збуту і розробка пропозицій щодо вдосконалення збутової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є діяльність ТОВ «Телекарт-Прилад», як функціональної одиниці господарської діяльності.

Предметом дослідження є процес оцінки показників збутової діяльності та напрямки і шляхи підвищення ефективності їх використання.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні **завдання:**

- визначити основні показники ефективності збутової діяльності на підприємстві;
- обґрунтувати шляхи удосконалення ефективності використання збуту підприємства;
- розглянути загальну характеристику ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- проаналізувати господарську діяльність ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- виконати аналіз складу та структури збутової діяльності по сегментам та каналам збуту ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- провести аналіз показників рентабельності та ефективності збутової діяльності на підприємстві ТОВ «Телекарт-Прилад»;
- запропонувати та обґрунтувати рекомендації щодо удосконалення збутової діяльності на підприємстві ТОВ «Телекарт-Прилад»;

Методи дослідження. При написанні даної роботи були використані такі методи як теоретичного узагальнення, порівняння та логічного узагальнення, економіко-статистичні методи, факторний аналіз

Інформаційну базу дослідження. Дана робота базується на законах, нормативно-правових актах, теоретичних джерелах, а також на періодичних наукових публікаціях українських та зарубіжних вчених, присвячених дослідженню даної теми. Для аналізу господарської діяльності підприємства використовуються звітні документи ТОВ «Телекарт-Прилад» за 2017-2020 роки: форма №1 (баланс), форма №2 (звіт про фінансові результати підприємства).

Структура і обсяг роботи. Випускна бакалаврська робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

Публікації. За результатами виконання кваліфікаційної роботи підготовлено публікацію тез у I Всеукраїнську студентську конференцію «Науковий простір: аналіз, сучасний стан, тренди та перспективи» (19.11.2021, м.Київ, Україна) за темою «Вдосконалення збутової діяльності на підприємстві». Також є публікація у Науковому віснику студентських статей ФЕУП з теми «Стимулювання збутової діяльності на підприємстві» (випуск №34, 2021 рік).

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«Використання збутової діяльності на підприємстві»** розглянуто сутність управління збутовою діяльністю на виробничому підприємстві, методи оцінки ефективності збутової діяльності, напрями вдосконалення збутової діяльності підприємства.

У другому розділі **«Оцінка ефективності використання збутової діяльності на ТОВ «Телекарт – Прилад»»** проаналізовано характеристика та аналіз виробничо-господарської діяльності.

У третьому розділі **«Шляхи підвищення ефективності використання збутової діяльності на підприємстві ТОВ «Телекарт-Прилад»»**

запропоновано пріоритетні напрями підвищення ефективності збуту за рахунок впровадження СЕО просування, за рахунок впровадження скриптів та підвищення кваліфікації персоналу.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

У сучасних умовах, коли підсилення пріоритету інтересів споживачів в системі економічних відносин породжує агресивну конкуренцію за ринки збуту, однією з найважливіших передумов ефективного функціонування підприємств на цільовому ринку стає забезпечення конкурентних переваг в сфері збутової діяльності. Збут є завершальною стадією всієї виробничо-комерційної діяльності підприємств і виконує одну з найважливіших функцій. Саме вона регулює маркетингову стратегію таким чином, щоб забезпечити максимум задоволення споживачів. Головним пріоритетним напрямком фірм, має бути впровадження інноваційних методів та пошук альтернативних варіантів при формуванні збутової політики підприємства. Динамічний розвиток економіки призводить до того, що потрібне постійне дослідження та моніторинг даної сфери для забезпечення зростання підприємств і економіки в цілому.

Підприємство ТОВ «Телекарт-Прилад», що засноване у місті Одеса, є національним виробником сучасних цифрових засобів зв'язку. Підприємство має власну ліцензію на розробку, виготовлення, реалізацію, ремонт і модернізацію військової техніки, впровадило, підтримує і розвиває систему управління якістю, що відповідає вимогам Міжнародного стандарту ISO 9001. ТОВ «Телекарт-Прилад» є основним постачальником засобів зв'язку для Збройних Сил України. Підприємство ТОВ «Телекарт-Прилад» спеціалізується на виробництві і постачанні наступної продукції: продукція для МО України, електронні прилади обліку електроенергії (у т.ч. високоточні, многозонні, з функцією передоплати і керування

навантаженням) для всіх категорій споживачів і постачальників електроенергії, автоматизовані системи обліку електроенергії, виробництво електронних пластикових карток – контактних та безконтактних, комплекс «Міська карта» - устаткування і термінали, розрахункові центри, безконтактна карта для введення оплати за послуги міського господарства, наземного громадського транспорту, ліфтового господарства, метрополітену, цифрова система комутації ЦСК «Квант», виробництво товарів народного споживання. Проаналізувавши основні техніко-економічні показники діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад» спостерігалась постійна позитивна динаміка у більшості показників: чистий дохід від реалізації продукції (за весь аналізований період збільшився на 342940 тис. грн. або на 358,07% , повна собівартість реалізованої продукції (+297747 тис.грн або на 342,05%), середньорічна вартість активів (+268716,5 тис.грн, або зросла на 256,22%) та оборотних засобів (+285144,5 тис. грн. або на 322,38 %), середньорічний виробіток продукції на одного працівника (+527,12 тис.грн або на 140,34%), матеріаловіддача (+0,91 тис. грн. або на 62,30 %), витрати на 1 грн. реалізованої продукції знизились на 0,03 тис. грн або на 3,63%. Рентабельність продажів досить нестабільна, що пов'язано зі змінами зовнішнього середовища діяльності підприємства. У 2019 р. в порівнянні з 2018 р. відбулось різке збільшення чистого прибутку від реалізації продукції та чистого доходу від реалізації продукції. А у 2020 році порівняно з 2019 р. відбувається зниження рентабельності продажів на 17,82 %. Рентабельність продажів (реалізованої продукції) показує, яку суму операційного прибутку одержує підприємство з кожної гривні проданої продукції. Щодо рентабельності продукції, цей показник дає можливість визначити, яка продукція більш прибуткова, тобто вигідніша для виробництва. Цей показник на ТОВ «Телекарт-Прилад» був нестабільним за аналізований період. За весь аналізований період рентабельність продукції зросла на 18,88%, або у відносному відношенні в 207,69%, що показує гарний аналіз продукції на підприємстві. Оборотність оборотних активів у 2020 р. порівняно з 2017 р.

прискорилаь на 8,43 % (на 0,091 оборти), а порівняно з 2019 р. знизилась на 21,94% (на 0,330 оборти). Гарним показником є те, що тривалість 1 обороту оборотних активів знизилась за аналізований період 2020-2017 р. на 26 днів, що склало -7,80%. Рентабельність оборотних активів зросла на 8,79 % у 2020 р. в порівнянні з 2017 р., за період 2020-2019 р. спостерігається негативний спад цього показника, що означає потребу у змінах та детальному аналізу використання оборотних активів, щоби під час знайти проблемні місця. Коефіцієнт завантаження показує, скільки оборотних коштів підприємства припадає на одну гривню реалізованої продукції. Бажано, щоб даний показник мав тенденцію до зниження. За 4 роки аналізу цей показник знизився на 0,072, в 7,79%.

У роботі представлені 3 види збуту на аналізованому підприємстві: збут у сегменті B2C (business to consumer), B2B (business to business) та B2G (business to government). B2C (Business to Consumer) - це схема комерційного взаємини, де як покупець виступає кінцевий споживач. B2B (Business to Business) – це схема комерційного взаємовідносини, де як покупця виступає інша компанія, організація. B2G позначає сферу взаємин між бізнесом та державними органами і установами. Відносини в цьому секторі чітко регламентовані законодавством кожної країни, і базовані на держзакупівлях. Кожен крок приватного сектору суворо регулюються і перевіряється: процедури закупок, можливості та обмеження. У 2020 році порівняно з 2019 роком збут у сегменті B2C на підприємстві "Телекарт-Прилад" збільшився на 14,10% , а збут у сегменті B2B збільшився на 16,83%, що означає залучення більшої кількості посередників, інших компаній покупців. Збут у сегменті B2G у 2020 році збільшився на 15,70%, а обсяг продаж збільшився на 15,74% порівняно з 2019 роком. Маємо позитивну тенденцію збільшення показників. У загальному показнику витрат на збут найбільшу питому вагу займає у 2017-2019 році - збут у сегменті B2G (55,43%, 47,91%, 59,84%), а у 2020 році - збут у сегменті B2C (35,55%). Це можна пояснити тим, що збут продукції на ТОВ "Телекарт-Прилад" дуже залежить від державного замовлення. У 2020 порівняно з 2017 питома вага збуту

у сегменті B2C збільшилась на 20,340 % або в 1,337%, збуту у сегменті B2B зросла на 0,530 % або в 0,018 %, збуту у сегменті B2G зменшилась на 20,860 % або в 0,376%. У 2020 році порівняно з 2019 роком збут у сегменті B2C у загальній структурі збільшився на 7,94 % або в 0,288%, збут у сегменті B2B зріс на 17,36 % або в 1,385 %, збут у сегменті B2G зменшився на 25,27 % або в 0,422%.

Рентабельність продажу продукції по каналам збуту у 2020 році порівняно з 2017 роком рентабельність продажу продукції за допомогою методу прямого збуту знизилась на 3,7 %, а за допомогою методу непрямого збуту зменшилась на 38,68%, за допомогою збуту за тендерними угодами - 25,83% Загальний показник рентабельності продажу збільшився на 8,25%. У 2020 році порівняно з 2019 роком рентабельність продажу продукції по прямим каналам і непрямим знижується на 30,21% та 9,27% відповідно. Збут за тендерними угодами зростає на 1,39% у 2020 році порівняно з 2019 роком.

Витратомісткість характеризує суму витрат, що забезпечує отримання 1 грн. доходів (виручки) від реалізації продукції. На показник витратомісткості у нашому випадку мають вплив 2 фактори : сума витрат на збут та обсяг продажу. З проведеного аналізу видно, що коефіцієнт витратомісткості має тенденцію до покращення у 2020 році, так як суму витрат, що забезпечує отримання 1 грн. доходів (виручки) від реалізації продукції зменшилась на 0,003 тис.грн порівняно з 2019 роком і на 0,0004 тис. грн з 2017 роком. На такий результат вплинуло збільшення обсягу продажу та зменшення суми витрат на збут на 1209 тис.грн., порівняно з 2019 роком.

Аналіз витрат по каналам збуту показав, що у 2020 році порівняно з 2017 роком спостерігається збільшення збуту у сегменті B2C та B2B на 111,050 тис.грн та на 11,100 тис.грн, що у відносному відношенні складає 156,52% та 7,82%. По збуту у сегменті B2G спостерігається різке зменшення витрат у 2020 році, що обумовлено загальним зменшенням загальних витрат на збут. У 2020 році порівняно з 2019 роком збут у сегменті B2G зменшився на 853 тис.грн, збуту у сегменті B2C, B2B зменшився на 293,3 та 63 тис.грн відповідно.

Аналіз статей витрат по каналам збуту показав, що у 2017 році найбільшу питому вагу у загальній сумі збуту у сегменті B2C займають витрати на відрядження - 34,88% , а найменшу частку займають витрати на маркетинг. Збут у сегменті B2B у 2017 році складає 39,50% від загальної суми витрат на збут складають витрати на оплату праці та комісійні винагороди, а найменша питома вага припадає на витрати на тару на пакувальні матеріали (3,76%).

Проаналізувавши структуру збуту у сегменті B2G у 2017 році найбільшу кількість витрат склали витрати на відрядження - 40,70%. У 2020 році в структурі збута у сегменті B2C найбільшу частку займають витрати на оплату праці та комісійні винагороди - 22,04%, а найменшу складають витрати на маркетинг - 7,39%. Збут у сегменті B2B у 2020 році має найбільше інших витрат - 24,44% у загальній сумі непрямих витрат, а найменше витрат на тару та пакувальні матеріали - 5,99%. Проаналізувавши структуру збуту у сегменті B2G у 2020 році найбільшу кількість витрат склали витрати на відрядження - 31,81%. Підсумовуючи, найбільше витрат на збут на ТОВ "Телекарт-Прилад" відбувається по таким статтям : витрати на відрядження, оплата праці, комісійні винагороди, інші витрати та витрати на транспортування. Найменшу питому вагу у загальній кількості витрат на збут складають статті: тара та пакувальні матеріали та витрати на маркетинг.

В роботі було запропоновано два основних напрямки удосконалення ефективності збутової діяльності підприємства ТОВ «Телекарт-Прилад»:

- збільшення інвестицій у статтю витрат маркетинг та розвиток її;
- стимулювання збутової діяльності каналів B2B, B2C.

Проведено необхідні розрахунки економічної ефективності щодо їх впровадження. В ході розрахунків були отримані результати, які свідчать про високу економічну ефективність розроблених заходів.

Так, практичне впровадження першого заходу забезпечить збільшення чистого доходу по каналам збуту B2B, B2C. При впровадженні другого заходу збільшиться сума збутової діяльності каналу B2B на 3276,91 тис.грн. Від сумісної дії сума чистого доходу від реалізації збільшиться на 12,8 % .

АНОТАЦІЯ

Власюк О.В. «Вдосконалення збутової діяльності підприємства».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності «076 «підприємництво, торгівля та біржова діяльність»»

(шифр та назва спеціальності)

за освітньою програмою професійного спрямування «Економіка та стратегія розвитку підприємства», Одеський національний економічний університет м. Одеса, 2021 рік

У роботі розглядаються теоретичні аспекти ефективного збуту на підприємстві ТОВ «Телекарт-Прилад»

Проаналізовано ефективність збутової діяльності на прикладі ТОВ «Телекарт-Прилад»; позитивні і негативні сторони в діючій системі збуту.

Запропоновано практичні рекомендації щодо усунення виявлених недоліків у системі збуту на підприємстві і підвищення ефективності цього аспекту.

Ключові слова: збут, аналіз витрат на збут, витрати, рентабельність, підвищення ефективності.

ANNOTATION

Vlasiuk O.V., «Improvement of sales activities of the enterprise»,
(students surname and initials) (work title)

Thesis for Master degree in specialty __« Entrepreneurship, Trade and Exchange » under the master's program «Economics and Strategy enterprise development », - Odessa National Economic University. - Odessa, 2021.

Tesis deals with theoretical aspects of effective sales at the enterprise LLC "Telecard-Device"

Author analysis efficiency of sales activity on the example of LLC "Telecard-Device"; positive and negative sides in the current sales system.

Practical recommendations for eliminating the identified shortcomings in the sales system at the enterprise and increase the efficiency of this aspect are offered.

Keywords: sales, analysis of sales costs, costs, profitability, efficiency.