

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: Розробка рекомендацій щодо удосконалення збутової політики
ТОВ "Елекран Софт"
(назва теми)

Виконавець:

студентка Факультету міжнародної економіки
Шнаревич А. В.

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент
Сотніков Ю. М.

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Кожному бізнесу важливо розширювати та збільшувати свою збутову діяльність. Сучасні умови та промисловий ринок є нестабільними та непостійними, особливо з фінансової точки зору. Умови зовнішнього середовища швидко змінюються тому перед керівниками постає питання збільшення шляхів розповсюдження продукції та завоювання більшої частки ринку серед конкурентів. Актуальним для кожного бізнесу постає питання «Як правильно заформувати збутову стратегію підприємству?»

Завдання дослідження. Поставлена мета визначає головні задачі, що підлягають вирішенню в даній роботі:

- визначення основних елементів товарної політики;
- проведення маркетингового аналізу підприємства;
- виявлення сильних і слабких сторін підприємства;
- аналіз наявного асортименту і пропозиція нового;
- розробка рекомендацій щодо удосконалення товарного асортименту та позиціонування товару.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є формування та вдосконалення напрямів збільшення збутової діяльності ТОВ «Елекран Софт». Для досягнення даної мети необхідно було виконати такі завдання:

- З'ясувати теоретичні основи збутової діяльності підприємства
- Охарактеризувати збутову діяльність підприємства «Елекран Софт»
- Провести аналіз ринку та конкурентного середовища досліджуваного підприємства.
- Завдяки оцінці ефективності збутової діяльності підприємства виявити шляхи її вдосконалення

Об'єктом дослідження є процес формування збутової діяльності підприємства.

Предметом дослідження є особливості збільшення напрямів збутової діяльності ТОВ «Елекран Софт».

Методи дослідження. В роботі використані аналітичні, графічні, матричні та розрахункові методи дослідження, методи порівняння і прогнозування. Робота здійснена при використанні програми офісного пакету MS Office - Microsoft Excel.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною та інформаційною основою дослідження кваліфікаційної роботи є праці вітчизняних та зарубіжних вчених та спеціалістів з маркетингової товарної політики, методичні розробки в області маркетингу, звітність досліджуваного підприємства, Інтернет - сайт підприємства.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (44 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 87 сторінок.

Основний зміст викладено на 70 сторінках. Робота містить 24 таблиць, 8 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи збутової діяльності підприємства»* розглянуто сутність маркетингової збутової політики, методи аналізу збутової політики підприємства.

У другому розділі *«Аналіз збутової діяльності ТОВ «Елекран Софт»* проаналізовано загальну характеристику ТОВ «Елекран Софт» сучасний стан збутової політики підприємства, економічний стан підприємства.

У третьому розділі *«Обґрунтування напрямів удосконалення збутової діяльності ТОВ «Елекран Софт»* запропоновано шляхи підвищення рівня продажів продукції на підприємстві, шляхи удосконалення збутового компалесу підприємства.

ВИСНОВКИ

Підприємство ТОВ «Елекран Софт» працює на ринку більше 20 років та займається як розробкою власного програмного забезпечення, так і дистриб'юторською діяльністю, продаючи такі програми, як Autodesk, Касперський, АВВУУ, Софтпрома, Adobe, ZWCAD, СиСофт, SCAD, WinElso та ESET та веде сервісну діяльність за усіма позиціями.

ТОВ «Елекран Софт» є першою на українському ринку компанією, яка впровадила новий канал комунікації та збуту для нових клієнтів – надання тимчасових безкоштовних ліцензій. Це допомогло виділитися та підвищити рівень довіри серед клієнтів. Саме тому у період 2019-2020 року рівень рентабельності зріс з 4% до 10%.

Протягом 2020-2021 років дохід від реалізації знизився на 10,4 тис грн, собівартість знизилася на 103 тис грн, валовий прибуток – на 92,6 тис грн. Витрати на збут також зменшилися на 800 грн.

За останні 3 років у компанії зменшився як загальний дохід, так і собівартість. У даному випадку ці параметри є залежними один від одного. Проте слід зазначити, що порівнюючи 2020 та 2021 роки у компанії зросли такі показники як валовий прибуток (17,5%) та фінансовий результат (3,2%), що є позитивним моментом.

Протягом 2020-2021 років спостерігається зростання показників маржі за всіма позиціями, окрім чистого прибутку та доходу від реалізації, що є позитивним моментом. Така динаміка показників маржі загалом є свідченням збільшення якості одержаних фінансових результатів підприємства.

Мною було запропоновано такі рекомендації щодо підвищення рівня збуту та продажів:

- впровадження механізму формування перспективного товарного асортименту
- встановлення цін як на власну так і на дистриб'юторську продукцію на рівні ринкових
- оновлення сайту з введенням сучасних тенденцій

- активна рекламна кампанія

Для виконання даних рекомендацій компанія витратить приблизно 90 000 грн. Сюди входять як одноразові так і постійні витрати. Загальна сума постійних витрат складе приблизно 12 000 грн/рік.

Однак за рахунок прибутку від рахунок підвищення рівня цін до ринкових на 35%, витрати на збутову діяльність підприємства перекриються, тобто компанія не отримуватиме від'ємного прибутку.

Компанія також підвищить рівень цін на 10% та чистих дохід складе на 10% більше. Витративши більше коштів на впровадження маркетингових заходів по стимулюванню збуту, підприємство отримає додатково 156 492 тис. грн, що обґрунтовує доцільність реалізації запропонованих заходів.

Отже, можна зробити висновок, що на кожну 1000 грн, яку витратить фірма на реалізацію даної маркетингової пропозиції, отримає 1430 грн прибутку.

Зроблені висновки щодо фінансового стану підприємства, а також запропоновані альтернативи та шляхи збільшення збутової діяльності дозволять керівництву ТОВ «Електрон Софт» здійснити розробку ефективної збутової стратегії, що дозволить у майбутньому і надалі займати лідируючі позиції на ринку.

Практична цінність результатів дослідження полягає в тому, що запропоновані методичні та практичні рекомендації з аналітичного забезпечення збутової політики підприємства сприятимуть ефективному управлінню збутом.

Перспектива подальших розвідок у вирішенні порушеної проблеми пов'язана з критичною оцінкою наявного методичного інструментарію аналізу виробництва і реалізації продукції та розробкою напрямків його удосконалення.