

Завідувачу кафедри
маркетингу та міжнародної логістики
Саєнсус М.А.

(прізвище та ініціали зав. кафедри)

студента факультету ЦЗВФН 4зф3

(номер групи)

спеціальності 075 Маркетинг

Мезенцева Ігоря Ігоровича

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

З А Я В А

Прошу закріпити за мною для захисту в атестаційній комісії тему
кваліфікаційної роботи бакалавра Програма стимулювання збуту та пропозиції по
її втіленню в маркетингову діяльність

(назва теми)

“ _____ ” _____ 20__ р.

Підпис _____



підпис студента

Ректорові університету

Клопотання про закріплення теми кваліфікаційної роботи магістра.

Науковим керівником кваліфікаційної роботи прошу затвердити

к.е.н., ст. викладача

(науковий ступінь, вчене звання)

Васильченко Кирило Геннадійовича

(прізвище, ім'я, по батькові наукового керівника)

Завідувач кафедри маркетингу та міжнародної логістики

д.е.н., професор Саєнсус М.А.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали завідувача кафедри)

“ _____ ” _____ 201__ р.

Підпис _____

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет ЦЗВФН
Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
Освітній ступінь магістр
Спеціальність 075 Маркетинг
Освітня програма «Маркетинг та міжнародна логістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

(підпис)

“ ___ ” _____ 20__ р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА

Мезенцева Ігоря Ігоровича

(прізвище, ім'я, по батькові студента)

- 1. Тема роботи** Програма стимулювання збуту та пропозиції по її втіленню в маркетингову діяльність

(назва теми кваліфікаційної роботи)

Науковий керівник роботи к.е.н., ст.викладач Васильченко К.Г.

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ініціали)

затверджені наказом по університету від ” ___ ” _____ 20__ р. № _____

Термін здачі студентом закінченої роботи _____ 20__ р.

- 2. Вихідні дані до роботи**

- 3. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які належить розробити)**

- 4. Перелік графічного матеріалу**

5. Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів виконання кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів кваліфікаційної роботи	Примітка
1	Затвердження плану кваліфікаційної роботи		
2	Складання бібліографії		
3	Подання науковому керівнику: Розділ 1		
	Розділ 2		
	Розділ 3		
4	Здача закінченої кваліфікаційної роботи на кафедрі		
5	Захист кваліфікаційної роботи на кафедрі (малий захист)		

Студент

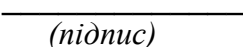


(підпис)

Мезенцев І.І.

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник



(підпис)

Васильченко К.Г.

(прізвище та ініціали)

Рішення комісії кафедри про попередній (малий) захист кваліфікаційної роботи магістра

від „_____” _____ 20__ р.

Члени комісії:

1. _____
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали, підпис)

2. _____
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали, підпис)

3. _____
(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали, підпис)

Віза завідувача кафедри :

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище та ініціали)

(підпис)

„_____” _____ 20__ р.

ЗМІСТ

ВСТУП	2
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ СКЛАДСЬКИХ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ	6
1.1. Поняття та сутність складського логістичного процесу	6
1.2. Складські процеси на підприємстві та їх інформаційне забезпечення	18
РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІНСЬКИЙ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ СКЛАДУВАННЯ НА ПРИКЛАДІ ТОВ "БЛУМІ"	30
2.1. Загальна характеристика підприємства	30
2.2. Аналіз загального стану системи складського господарства на підприємстві ТОВ "Блумі"	52
РОЗДІЛ 3. ВИКОРИСТАННЯ ІМІТАЦІЙНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ДЛЯ ПОЛПШЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «БЛУМІ»	60
3.1. Загальна характеристика середовища AnyLogic	60
3.2. Моделювання транспортування продукції підприємства ТОВ «Блумі» ..	68
ВИСНОВКИ	86
Список використаних джерел	90

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

_____ (підпис)
“ ____ ” _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня магістр**

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг та міжнародна логістика»

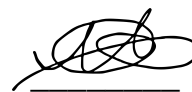
на тему: «Застосування комп'ютерного моделювання для управління процесом переміщення вантажів на складах організації»
(тема кваліфікаційної роботи)

Виконавець:

студент ЦЗВФН

Мезенцев Ігор Ігорович

(прізвище, ім'я, по батькові)



/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., ст.викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Васильченко Кирило Геннадійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Одеса 2024

Анотація

У дипломній роботі розглядаються теоретичні та практичні аспекти формування та вдосконалення програм стимулювання збуту в умовах маркетингової орієнтації на прикладі мережі супермаркетів "Сільпо". Проведено аналіз сучасних підходів до стимулювання збуту, визначено основні методи та інструменти, що використовуються в маркетинговій діяльності. Розроблено рекомендації щодо вдосконалення програм стимулювання збуту з урахуванням специфіки ринку та потреб споживачів. Для оцінки потенційної ефективності запропонованих заходів проведено EFAS-аналіз та SWOT-аналіз. Результати дослідження можуть бути використані для підвищення конкурентоспроможності та ефективності діяльності мережі "Сільпо".

Ключові слова: стимулювання збуту, маркетингова діяльність, мережа супермаркетів, "Сільпо", EFAS-аналіз, SWOT-аналіз.

Annotation

The thesis examines the theoretical and practical aspects of the formation and improvement of sales promotion programs in a marketing-oriented context using the example of the "Silpo" supermarket chain. The analysis of modern approaches to sales promotion was conducted, identifying the main methods and tools used in marketing activities. Recommendations were developed for improving sales promotion programs, taking into account market specifics and consumer needs. To assess the potential effectiveness of the proposed measures, EFAS and SWOT analyses were conducted. The research results can be used to enhance the competitiveness and efficiency of the "Silpo" chain's operations.

Keywords: sales promotion, marketing activities, supermarket chain, "Silpo", EFAS analysis, SWOT analysis.

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)
за освітньою програмою
Маркетинг та міжнародна логістика
(назва освітньої програми)

на тему: Застосування комп'ютерного моделювання для управління
процесом переміщення вантажів на складах організації
(назва теми)

Виконавець:

студент бзф3 групи ЦЗВФН
Мезенцев Ігор Ігорович



/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., ст.викл.

(науковий ступінь, вчене звання)

Васильченко Кирило Геннадійович

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження.

У сучасних умовах високої конкуренції та швидких змін ринкового середовища підприємствам необхідно постійно вдосконалювати свої маркетингові стратегії та програми стимулювання збуту. Використання новітніх технологій, таких як штучний інтелект та аналітика великих даних, стає критично важливим для підвищення ефективності маркетингових заходів та задоволення потреб споживачів. Мережа супермаркетів "Сільпо" має значний потенціал для підвищення ефективності своїх програм стимулювання збуту, використовуючи ці інноваційні підходи.

Цілі та завдання дослідження.

Основна мета роботи - створення теоретичної, методичної та методологічної основи управління програмами стимулювання збуту, а також розробка комплексу практичних заходів щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності мережі супермаркетів "Сільпо". Для досягнення цієї мети необхідно вирішити такі завдання:

-Встановити потенційні проблеми та напрями підвищення ефективності програм стимулювання збуту.

-Систематизувати основні підходи та принципи організації поетапного впровадження управління маркетинговими процесами.

-Дослідити організаційно-економічну характеристику мережі супермаркетів "Сільпо".

-Провести аналіз поточної маркетингової стратегії та програм стимулювання збуту.

-Розробити нові програми стимулювання збуту з використанням сучасних технологій та інструментів.

Об'єкт дослідження.

Об'єктом дослідження є маркетингова діяльність мережі супермаркетів "Сільпо" у сфері стимулювання збуту.

Предмет дослідження.

Предметом дослідження є програми стимулювання збуту та їх вплив на ефективність маркетингової діяльності мережі супермаркетів "Сільпо".

Методи дослідження.

При виконанні роботи використані такі методи дослідження: аналіз літературних джерел, економічний аналіз, методи статистичного аналізу, SWOT-аналіз, методи прогнозування та імітаційного моделювання.

Структура дослідження.

Кваліфікаційна робота складається із вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 96 сторінок. Основний зміст викладено на 90 сторінках. Робота містить 10 таблиць, 13 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПРОГРАМ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ» охарактеризовано сутність та функції програм стимулювання збуту в сучасних умовах господарювання, визначено роль цих програм у системі управління маркетинговою діяльністю підприємства.

У другому розділі «АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МЕРЕЖІ "СІЛЬПО"» надано техніко-економічну характеристику діяльності мережі "Сільпо", проаналізовано поточну маркетингову стратегію та програми стимулювання збуту,

досліджено їх ефективність за допомогою SWOT-аналізу та інших методів.

У третьому розділі «РОЗРОБКА РЕКОМЕНДАЦІЙ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПРОГРАМ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ» розроблено нові програми стимулювання збуту для мережі "Сільпо" з використанням сучасних технологій, таких як штучний інтелект та аналітика великих даних; надано рекомендації щодо впровадження цих програм у практику.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект та аналітика великих даних, є критичним для підвищення ефективності програм стимулювання збуту. Використання цих технологій дозволяє здійснювати більш точне прогнозування попиту, знижуючи витрати на рекламу та підвищуючи конверсію.

2. Розширення асортименту власних торговельних марок, особливо в сегментах органічних та екологічно чистих товарів, дозволить підвищити рентабельність та привернути увагу нових клієнтів. Введення нових лінійок органічних та екологічно чистих продуктів може збільшити продажі в цій категорії на 25%.

3. Оптимізація витрат на маркетинг, заснована на детальному аналізі витрат на різні маркетингові заходи, дозволить зосередити ресурси на найбільш продуктивних ініціативах. Витрати на традиційну рекламу можна зменшити на 30% за рахунок перенесення акценту на цифрові канали, такі як соціальні мережі та контент-маркетинг.

Таким чином, запропоновані заходи спрямовані на підвищення ефективності маркетингової діяльності мережі супермаркетів "Сільпо" та забезпечення її стабільного розвитку. Впровадження нових технологій, розширення асортименту, оптимізація витрат на маркетинг, розширення географії присутності

та інтеграція з соціальними мережами дозволять підвищити конкурентоспроможність та задовольнити потреби споживачів на найвищому рівні.