

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності **073 Менеджмент**

**«Удосконалення збутової діяльності як напрям посилення
конкурентних переваг підприємства»**

Виконавець

студентка факультету менеджменту обліку та
інформаційних технологій

Лє Тхі Лой

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

Науковий керівник

К.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Балабаш Ольга Сергіївна

(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність. У сучасних умовах аптечний ринок насичений численними учасниками, що зумовлює необхідність ефективного управління збутовою діяльністю для підтримання достатнього рівня конкурентоспроможності. Поряд з цим, сучасні споживачі мають високі очікування щодо якості обслуговування, асортименту товарів, цінової політики та зручності придбання ліків. З огляду на вище зазначене, управління збутовою діяльністю з акцентом на клієнтоорієнтованість допомагає формувати стійкі відносини з клієнтами, підвищувати їхню лояльність і, як наслідок, забезпечувати стабільний дохід від реалізації та прибуток підприємству. Це визначає актуальність даної теми дослідження.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних і практичних аспектів збутової діяльності та прикладне застосування отриманих результатів у процесі розробки заходів з посилення конкурентоспроможності підприємства.

Завдання дослідження:

1. Дослідити теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства
2. Надати загальну характеристику підприємства та оцінити його збутову діяльність.
3. Провести імітаційне моделювання процесу обслуговування відвідувачів
4. Розробити заходи з управління збутовою діяльністю підприємства

Об'єктом дослідження є ФОП «Бойко» аптека «Здоров'я +»

Предметом дослідження є процес управління збутовою діяльністю підприємства.

В роботі запропоновано заходи з управління збутовою діяльністю підприємства, що полягають у відкритті додаткового вікна обслуговування з метою зниження черг на касах у години пік та у період підвищення сезонної захворюваності.

Практична значимість роботи полягає в можливості використання розробленої імітаційної моделі процесу обслуговування, що дозволяє отримати важливі логістичні характеристики обслуговування в аптеці, такі як наявність черг, час очікування, завантаженість провізорів. Використання цієї моделі дає змогу розробити рішення, що суттєво покращить якість обслуговування клієнтів та оптимізувати організацію роботи аптечного закладу.

Методи досліджень, використані в кваліфікаційній роботі, включають: методом SWOT-аналіз - для аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища; імітаційного моделювання – дослідження процесу масового обслуговування,

спостереження – для визначення часових параметрів обслуговування; методи економічного аналізу – для оцінки фінансового стану підприємства, для дослідження ефективності реалізації запропонованих заходів.

Інформаційну базу дослідження склали звітність підприємства, законодавчі і нормативні акти України. Під час написання кваліфікаційної роботи використовувалися монографії, наукові статті, дані органів державної статистики. При написанні роботи використовувались комп'ютерні програми MS Word, MS Excel.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (56 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 73 сторінок. Основний зміст викладено на 67 сторінках. Робота містить 18 таблиць, 22 рисунки.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні основи управління збутовою діяльністю підприємства»* досліджено сутність збуту як економічної категорії. Особливості збутової діяльності підприємства. Види та засоби стимулювання збуту товарів, послуг. Шляхи удосконалення збутової діяльності підприємства.

У другому розділі *«Розробка заходів з управління збутовою діяльністю підприємства»* проведено оцінювання впливу факторів мікросередовища підприємства, надано загальну характеристику підприємства та проведено аналіз збутової діяльності. Реалізовано імітаційне моделювання процесу обслуговування відвідувачів аптеки. Розроблено заходи з удосконалення збутової діяльності аптеки.

ВИСНОВКИ

1. Оцінювання впливу мікросередовища аптеки було проведено за групами таких факторів як конкуренція, споживачі, постачальники та контактні аудиторії. Було встановлено високий відсоток впливу наступних факторів рівень обслуговування у закладі наявність знижок акційних пропозицій рівень лояльності Споживачів до закладу, можливість задоволення потреб споживачів у період сезонного росту захворюваності до пікові години, доступність умов продажу фармацевтичного товару. Врахування зазначених факторів є важливим з метою удосконалення управління збутовою діяльністю досліджуваного підприємства.

2. За результатами проведеного SWOT – аналізу аптеки було проаналізовано внутрішнє та зовнішнє середовище діяльності. Встановлено сильні сторони підприємства, такі як досвід роботи на ринку, зручне місце розташування, наявність акцій та спеціальних пропозицій, що реалізуються спільно з виробниками ліків. До слабких сторін закладу віднесено: зростання обсягів запасів, низькі показники

продажу фармацевтичного товару окремих категорій, зростання скарг споживачів на якість обслуговування та значні черги у пікові години та під час росту сезонної захворюваності. Обґрунтовано доцільність участі у державних програмах та програмах зі страхової медицини та розробка заходів з покращення обслуговування шляхом застосування технологічних рішень.

3. За результатами аналізу лояльності шляхом опитування споживачів було встановлено, що найчастішою проблемою, з якою вони стикаються, та яка негативно впливає на лояльність клієнтів є тривалі черги та очікування обслуговування у залі. Особливо це помітно у пікові години або під час сезонної захворюваності. Вказаний недолік був відмічений 18 відсотків опитаних. Також важливими недоліками виявилися: затримка при обробці рецептурних замовлень, не належна консультація, помилки при обслуговуванні.

4. Шляхом проведення імітаційного моделювання було реалізовано дослідження процесу обслуговування у аптеці. За результатами проведеного дослідження було встановлено проблеми з завантаженістю та великі черги у аптеці під час зростання сезонної захворюваності та у пікові години.

Як результат, підприємство втрачає частину покупців, які не заходять у заклад або зайшовши відмовляються ставати у чергу і виходять. Частина покупців простоявши у черзі, також приймають рішення про вихід з аптеки, не діждавшись вільного вікна обслуговування. Це негативно впливає на показники збуту, а також на задоволеність рівнем обслуговування та загальною атмосферою у закладі.

5. За результатами імітаційного моделювання процесу обслуговування та спостереження у закладі було встановлено часові параметри обслуговування та максимальну, мінімальну кількість покупців у аптеці протягом однієї години. шляхом проведення аналітичних розрахунків, встановлено, що при вірогідній кількості відвідувачів, у аптеці за умови функціонування 2-х вікон обслуговування зможе задовольнити максимально 40 чол. за годину, а мініально – 12 чол. за год. Таким чином, за максимальної швидкості обслуговування резерв становитиме- 12 осіб, які додатково можна задовольнити, а при вірогідній швидкості обслуговування – не зможемо задовольнити 7 відвідувачів, при мінімальній швидкості обслуговування – не зможемо прийняти 21 відвідувача на год.

6. За результатами проведених досліджень було встановлено, що основною проблемою є не можливість задовольнити всіх відвідувачів у пікові години та під час росту сезонної захворюваності. Доведено, що напрямом вирішення даної проблеми є відкриття додаткового вікна обслуговування для відвідувачів з ознаками хвороби.

7. Систематизовано переваги та недоліки реалізації заходу з відкриття додаткового вікна обслуговування. З огляду на вказані недоліки, аптеці потрібно

ретельно планувати та оцінювати доцільність відкриття додаткового вікна обслуговування, зокрема враховуючи можливості управління витратами, наявність простору, можливості найму та навчання персоналу, а також потенційний вплив на якість обслуговування клієнтів.

8.Проведено економічне обґрунтування заходу та встановлено, що на 1 грн. витрат, за результатами реалізації заходів підприємство зможе отримати 1,22 грн. прибутку. На основі цього можемо зробити висновок про доцільність та економічну ефективність реалізації заходів. Загальний обсяг додаткового прибутку становитиме 293,975 тис. грн.

АНОТАЦІЯ

Ле Тхі Лой, **«Удосконалення збутової діяльності як напрям посилення конкурентних переваг підприємства»**

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 073 «Менеджмент»

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства.

Проаналізовано тенденції розвитку фармацевтичного ринку та фінансово-господарську діяльність підприємства.

Запропоновано заходи з управління конкурентними перевагами підприємства.

Ключові слова: конкурентні переваги, підприємство, управління, ефективність, фармацевтичний ринок.

ANNOTATION

Le Thi Loy, **"Improving sales activity as a direction of strengthening the competitive advantages of the enterprise"**

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 073 "Management"

Odesa National University of Economics. - Odesa, 2024.

The work deals with the theoretical aspects of managing the company's sales activities.

The trends in the development of the pharmaceutical market and the financial and economic activity of the enterprise are analyzed.

Measures to manage the company's competitive advantages are proposed.

Key words: competitive advantages, enterprise, management, efficiency, pharmaceutical market.