

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Центр заочної форми навчання

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

«___» _____ 20__ р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

**Управління збутовою діяльністю підприємства ТОВ «Хелленік продактс
Емморіон груп»**

Виконавець
Студентка 4 курсу
Чебан М. О. _____

Науковий керівник:
к.е.н., доц.
Карпенко Ю. В.

Одеса 2017

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Основні підходи до визначення понять «збут» та «управління збутом»	5
1.2. Організація управління збутом продукції	10
1.3. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю підприємства	16
РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ХЕЛЛЕНІК ПРОДАКТС ЕММОРІОН ГРУП»	22
2.1. Аналіз ринку торгівлі України	22
2.2. Загальна характеристика та аналіз фінансового стану ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп»	34
2.3. Аналіз збутової діяльності ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп»	43
2.4. Розробка заходів щодо удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп»	47
ВИСНОВОК	64
ЛІТЕРАТУРА	66

ВСТУП

Сучасні умови діяльності вітчизняних підприємств відрізняються складністю та динамічністю. Девальвація національної валюти, важка економічна та політична ситуація, нестабільна законодавча база негативно вплинули на діяльність торговельних підприємств. В результаті знизилася купівельна спроможність населення, що знайшло відображення у сповільненні росту загального товарообороту та змінами у структурі продажу у бік купівлі більш дешевих товарів. Одночасно загострилася конкуренція між торговельними підприємствами, що призвело до витиснення найбільш слабких з них з ринку. У зв'язку з вищенаведеним ефективно управління збутовою діяльністю торговельних підприємств, що дозволить підсилити їх позиції на ринку набуває все більшої актуальності.

Метою даної дипломної роботи є дослідження теоретичних основ управління збутовою діяльністю підприємства та розробка на підставі отриманих знань плану заходів щодо збільшення збуту підприємства ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп».

Основними завданнями, що вирішуються в даній дипломній роботі, є:

- дослідження основних підходів до визначення понять «збут» та «управління збутом»;
- вивчення аспектів організації управління збутом продукції;
- дослідження основних методик оцінки ефективності управління збутовою діяльністю підприємства;
- аналіз ринку торгівлі України;
- надання загальної характеристики та аналіз фінансового стану ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп»;
- аналіз збутової діяльності ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп»;
- розробка заходів щодо удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Хелленік продактс Емморіон груп».

Об'єктом даної дипломної роботи є торговельне підприємство у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю "Хелленік продактс Емморіон груп".

В роботі запропоновано практичні рекомендації щодо удосконалення збутової діяльності підприємства шляхом відкриття магазину роздрібною торгівлі продуктами виробництва Греції, проведена оцінка ефективності запропонованих заходів.

У процесі дослідження було використано: метод абстрагування (для уточнення сутності поняття "збут", "збутова діяльність"), методи аналізу фінансової звітності; матрицю Ансоффа (для вибору стратегічної альтернативи напрямку розвитку бізнесу), методика Європейського банку реконструкції і розвитку (для оцінки інвестиційної привабливості проекту). Для практичного використання пропонується обґрунтований розрахунками проект відкриття магазину роздрібною торгівлі.

де $\sum_{i=1}^n \frac{ЧДП_i}{(1+d)^t}$ - сума чистих грошових надходжень, дисконтованих протягом

n років;

I - сума стартових інвестицій.

ЧПД = 1610,75 – 278,03 = 1332,72 тис. грн.

ЧПД позитивний, отже в результаті реалізації проекту (відкриття магазину) прибутковість підприємства підвищується, і проект можна вважати прийнятим.

2. індекс доходності:

$$I_d = \frac{\sum_{i=1}^n \frac{ЧДП_i}{(1+d)^t}}{I} \quad (2.19)$$

$I_d = 1610,75 / 278,03 = 5,79$

Тобто 5,79 грн. ми заробляємо з кожної гривні інвестицій. Ід більше 1, отже проект приймається.

3. строк окупності інвестицій:

$$CO = \frac{I}{\left(\sum_{i=1}^n \frac{ЧДП_i}{(1+d)^t} \right)_{cp}} \quad (2.20)$$

$\left(\sum_{i=1}^n \frac{ЧДП_i}{(1+d)^t} \right)_{cp}$ - середня сума приведенного чистого грошового потоку за період часу, прийнятий у розрахунках

$CO = 278,03 / (1610,75 / 2 \text{ роки}) = 0,35 \text{ року або } 4,2 \text{ місяці.}$

Отже, за всіма показниками, проект відкриття магазину торгівлі продуктами грецького виробництва для удосконалення збутової діяльності ТОВ " Хелленік продактс Емморіон груп" є інвестиційно привабливим та може бути прийнятим до реалізації.

ВИСНОВОК

На підставі досліджень наукових джерел нами встановлено, що збут (збутова діяльність) вміщує такі операції як: планування, контроль та формування цінової політики, передбачає фізичне переміщення товару від виробника до покупця, його обмін на гроші у результаті контакту продавця та покупця. Управління збутом полягає у побудові системи управління збутом, підборі спеціалістів зі збуту певної кваліфікації, розподілі завдань та ресурсів серед робітників відділу збуту, а також створенні умов для їх ефективної роботи. Нами встановлено, що процес управління збутом вміщує етапи: встановлення цілей у сфері збуту продукції, аналіз зовнішнього середовища та внутрішніх збутових можливостей підприємства, формування планів та графіків збуту продукції, розробку заходів з просування продукції на ринок, контроль виконання планів та графіків збуту продукції.

За результатами дослідження ринку послуг оптової та роздрібною торгівлі, то можна вказати наступне: зміна товарообігу має позитивний характер (оптовий товарообіг у дійсних цінах зріс на 25%, у порівняльних – на 1%, роздрібний товарообіг у дійсних цінах зріс на 14,4%, у порівняльних – на 3%). Торговельні мережі, що були лідерами попередніх років, не тільки зберегли свої позиції, але й розширили мережу, існує тенденція "укрупнення" магазинів, через які реалізується більшість продукції. Разом з тим, загальна кількість магазинів поступово скорочується, кількість спеціалізованих магазинів зростає. Продаж основних продовольчих товарів у торговій мережі України скорочується, головним чином, за рахунок скорочення споживання консервів рибних та м'ясних, риби та морепродуктів.

Нами було проведено аналіз фінансового стану підприємства, за результатами якого було встановлено, що в цілому він є позитивним, оскільки всі показники, за виключенням коефіцієнту абсолютної ліквідності, знаходяться у межах нормативу. Незважаючи на негативну динаміку деяких фінансових показників (наприклад, рентабельності, термінової та поточної ліквідності) всі

коефіцієнти задовольняють допустимим значенням. Також підприємство не має довгострокових та короткострокових зобов'язань перед банками.

За результатами попереднього аналізу діяльності підприємства, нами було встановлено, що за останній рік воно покращило результати діяльності, але не бажає зупинитися на досягнутому та шукає нові ринки збуту для своєї продукції. З використанням матриці І.Ансоффа нами запропоновано реалізувати комерційну ідею щодо відкриття на основі фірми оптової торгівлі роздрібного магазину продуктів грецького виробництва "Грека". Даний проект надасть можливість збільшити обсяги реалізації продукції за рахунок залучення роздрібних покупців шляхом продажу їм продукції грецького виробництва за привабливими цінами. Конкурентними перевагами магазину "Грека" буде більш широкий асортимент продукції, її свіжість за рахунок частих поставок, можливість безкоштовної доставки товару, широке використання вакуумного пакування, привабливі смакові якості продуктів за рахунок використання прованських трав та спецій, а також інших натуральних інгредієнтів, натуральні консерванти, відповідність регламенту ЕС 834/07 щодо технології виробництва оливкової олії та інших продуктів.

За всіма показниками (чистий приведений дохід 1332,72 тис. грн., індекс доходності 5,79, термін окупності 4,2 місяці), проект відкриття магазину торгівлі продуктами грецького виробництва для удосконалення збутової діяльності ТОВ "Хелленік продактс Емморіон груп" є інвестиційно привабливим та може бути прийнятим до реалізації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Абрамович І.А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств // Агросвіт. - № 4. – 2014. – С. 25-28
2. Бабченко Н. М. Визнання моменту реалізації / Н.М. Бабченко // Економіка АПК. — 2005. — № 3. — С. 83—86.
3. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємства / Монографія Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохіна; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. - Донецьк, 2009. - 245 с.
4. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / Л. В. Балабанові, Ю. П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.
5. Балабанова Л.В. Маркетинговый аудит системы сбыта: монография / Л.В. Балабанова, А.В. Балабаниц. — Донецк: ДонГУЭТ им. Туган-Барановского, 2003. — 189 с.
6. Белінський П.І. Управління матеріально-технічним забезпеченням і збутом. – Чернівці: Рута, 2007. – 28 с.
7. Бизнес. Финансы. Оксфордский словарь. — М.: ДиректМедиа Паблишинг, Весь Мир, 2005. — 7550 с.
8. Бревнов А.А. Маркетинг малого предприятия А.А. Бревнов. — К. ВИРАР, 1998. — 384 с.
9. Вертоградов В. Управление продажами / В. Вертоградов. 20еизд. — СПб.: Питер, 2005. — 240 с.
10. Гамалій В.Ф. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств // В.Ф. Гамалій, С.А. Романчук, І.В. Фабрика / Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. - 2012. - Вип. 22(2). - С. 10-13
11. Горбенко О.В. Ринок продуктової роздрібної торгівлі в Україні: формати, мережі, розвиток // Молодий вчений - № 9 (24) – Ч. 1. - 2015. – С. 59-66

12. Гудзенко, Н.М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації [Текст] / Н.М. Гудзенко // Науковий вісник Національного аграрного університету. – К., 2002. Вип. 56. – С. 263 – 265.
13. Дериведмідь О. С. Аналіз ринку роздрібної торгівлі України // Вісник Запорізького національного університету. - №1(9). – 2011. – С. 108-115.
14. Дубівка Д.В. Поняття "збут" в системі управління підприємством // Економіка та держава. - № 2. - 2013. – С. 93-96.
15. Євсейцев О.С. Кухар О.С. Аналіз ринку роздрібної торгівлі // Інвестиції: практика та досвід. - № 11. - 2016. – С. 50-54.
16. Курса Р.В. Організація збутової діяльності // Р.В. Курса / Управління розвитком. - 2014. - № 9. - С. 141-144.
17. Лаєвська Є. С. Система контролю збуту як елемент підвищення ефективності управління збутовим апаратом / Лаєвська Є. С., Комяков О. О. // Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. – Електронні текстові дані. – 2012. – Вип. 6. – Бібліогр.: 7 назв. – Назва з екрана.
18. Митрохіна Ю.П. Стратегічний підхід до управління збутом підприємств в умовах маркетингової орієнтації / Ю.П. Митрохіна // Торгівля і ринок України. — Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. — С. 71—79.
19. Москалюк Г. О. Напрямки вдосконалення інформаційних функцій управління збутом на сільськогосподарських підприємствах / О. Г. Москалюк // Агросвіт. – 2012. – № 18. – С. 2-5.
20. Мостенська Т.Л. Основи маркетингу: навч. посіб. / Т.Л. Мостенська. — К.: Кондор, 2010. — 240 с.
21. Музичка Є. О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств // Економічний часопис-XXI. - № 11-12(2). – 2013. – С. 64-67.
22. Назаренко О. І. Аналіз стану ринку оптової та роздрібної торгівлі України // Сучасні проблеми економіки та підприємництва. - № 12. – 2013. – С. 66-

23. Огієнко С.О. Удосконалення ефективності збутової діяльності торговельного підприємства / С. О. Огієнко, А. А. Мижирицька // Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. - 2013. - № 2. - С. 65-68.
24. Проволоцька О. М. Управління збутом промислової продукції в комплексі маркетингу: автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01 / О. М. Проволоцька. – К.: Українська академія зовнішньої торгівлі, 2003. – 20 с.
25. Промисловий маркетинг: навчальний посібник / Під редакцією О.О.Шубіна. – К.: НМЦВО МоїН України, Студцентр, 2002. – 432 с.
26. Роздрібна торгівля 2015-2016 - змінився продаж або змінився покупець. /Трейд Мастер/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://trademaster.ua/articles/1661>.
27. Сажин І. Як вижити ритейлеру в умовах нової української економіки. І на що робити ставку в розвитку бізнесу / Ілля Сажин [Електронний ресурс] // Журнал Forbes Україна. — 2 червня 2014. Режим доступу: <http://forbes.ua/ua/opinions/1372185>
28. Соколюк Г.О. Конкурентні стратегії виробничого підприємства: особливості вибору та умови реалізації//Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1. – С. 163-168
29. Ткаченко Т.А. Управління збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств / Т. А. Ткаченко // Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва. - 2014. - Вип. 84. - С. 143-148.
30. Токарев Б.К. Збутова політика підприємства / Б.К. Токарев. - М.: Юніті-Дана, 2001. - 104 с.
31. Топ 50 food_ритейлеров України по географическому покриттю // Портал топ_менеджерів гуртової та роздрібної торгівлі TradeMasterGroup [Електронний ресурс]. — Режим доступу: [<http://trademaster.ua/articles/359>]
32. Тягунова Н.М., Іржавська Л. В. Сучасний стан і тенденції розвитку роздрібної торгівлі України // Науковий вісник Полтавського

університету економіки і торгівлі. – № 3 (54). – 2012. – С. 84-86.

33. Хоменко О. І., Геселева Н.В., Сокурєнко Н. В. Ринок роздрібної торгівлі в Україні // Вісник КНУТД. - №5 (91). - 2015. – С. 101-107.
34. Хрупович С. Є. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві [Текст] / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 3. – С. 34 – 38.
35. Швестко В.О. Тенденції розвитку корпоративних роздрібних торговельних мереж України // Ефективна економіка. – 2015. - №12. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=8&w>
36. Шереметинська, О. В. Управління збутовою діяльністю підприємств-суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах [Текст] / О. В. Шереметинська, О. І. Гаврилюк // Ефективна економіка. – 2016. – №1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=8&w>
37. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства // С.Шпилик // Галицький економічний вісник. — 2012. — №4(37). — с.88-95
38. Янишин Я.С., Кашуба Ю.П. Удосконалення організації управління збутом продукції в агропідприємстві // Економіка АПК. – 2013. - №9. – С. 67-70.