

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

Кафедра менеджменту організацій та ЗЕД

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

«___» _____ 2018 р.

ВИПУСКНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 073 Менеджмент

за темою:

"Управління збутовою діяльністю МПП «Прометей»"

Виконавець

студент

Бідний Сергій Васильович _____

Науковий керівник

к.е.н., доцент

Карпенко Юлія Валентинівна _____

Одеса 2018

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Сутність поняття "збут"	5
1.2. Методи просування продукції на ринок	10
1.3. Методика оцінки ефективності збутових заходів	15
РОЗДІЛ 2. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОКРАЩЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МПП «ПРОМЕТЕЙ»	25
2.1. Аналіз ринку канцтоварів	25
2.2. Аналіз фінансового стану МПП «Прометей»	32
2.3. Аналіз збутової діяльності МПП «Прометей	42
2.4. Розробка заходів щодо удосконалення збутової діяльності МПП «Прометей»	46
ВИСНОВОК	65
СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ	66

ВСТУП

Актуальність теми. Ефективне управління збутом продукції в сучасних умовах ринку – це необхідна умова підвищення ефективності бізнесу, створення, розвитку і реалізації конкурентних переваг підприємства.

Підвищення ефективності збуду можливо, якщо використовувати нові методи організації підприємницької діяльності вітчизняної економіки, які спрямовані на виявлення потреб споживачів. Необхідно забезпечити ці потреби, щоб бути більш ефективними ніж конкуренти.

Управління збутом призначене для постійного пошуку нових методів, прийомів і стратегій просування товару, які допоможуть підприємству успішно реалізовувати свій ринку на сучасному ринку, що розвивається.

Метою данної дипломної роботи є дослідження теоретичних основ управління збутовою діяльністю підприємства та розробка на підставі отриманих знань заходів щодо збільшення збуту МПП «Прометей».

Основне завдання, що вирішувалось в данній дипломній роботі, є:

- дослідити теоретичні основи управління збутом підприємства;
- проаналізувати ринок канцтоварів;
- розробити заходи щодо удосконалення збутової діяльності МПП «Прометей».

Об'єктом дипломної роботи є МПП "Прометей".

В роботі сформовано практичні рекомендації щодо удосконалення збутової діяльності підприємства шляхом відкриття магазину роздрібною торгівлі канцтоварами та проведення оцінки запропонованих заходів.

У процесі дослідження було використано: метод абстрагування (для уточнення сутності поняття «збут»), методику аналізу фінансової звітності, метод парних порінянь (для розрахунку питомої ваги факторів конкурентоспроможності), комплексний метод оцінювання (для оцінки конкурентоспроможності), також було використано матрицю Ансоффа для

вибору стратегічної альтернативи напрямку розвитку підприємства. Для практичного застосування пропонується обґрунтоване розрахунками рішення відкриття магазину канцтоварів.

Інформаційною базою досліджень є наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних вчених, законодавчі та нормативно-правові акти, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані Державної служби статистики України, Головного управління економіки Миколаївської обласної державної адміністрації.

ВИСНОВОК

1. На підставі досліджень наукових джерел нами встановлено, що збут вміщує такі операції як: планування, контроль та формування цінової політики, передбачає фізичне переміщення товару від виробника до покупця, його обмін на гроші в результаті контакту продавця та покупця. Нами встановлено, що процес управління збутом вміщує такі етапи: встановлення цілей у сфері збуту продукції, аналіз зовнішнього та внутрішніх збутових можливостей підприємства, формування планів та діаграм збуту продукції, розробку заходів з просування продукції на ринок.

2. За результатами аналізу ринку канцтоварів України, можна встановити основні тенденції його розвитку:

- збільшення обсягу імпорних канцтоварів;
- сезонні коливання продажу канцтоварів;
- зростання попиту населення на вітчизняні канцтовари;
- збільшення уваги споживачів до якості канцтоварів.

3. З використанням матриці І.Ансоффа нами запропоновано реалізувати комерційну ідею щодо відкриття на основі підприємства МПП «Прометей» магазину канцтоварів "А4". Даний проект надасть можливість збільшити обсяги реалізації продукції за рахунок залучення нових споживачів шляхом продажу канцтоварів за привабливими цінами. Конкурентними перевагами магазину "А4" буде більш широкий асортимент та висока якість товару.

За всіма показниками (чистий приведений дохід 183213,27 грн., індекс доходності 1,52, термін окупності 15,80 місяці), проект відкриття магазину торгівлі канцтоварами на базі МПП "Прометей" є інвестиційно привабливим.

Отже, отримавши такі результати розрахунків можна зробити висновок, що інвестувати в відкриття магазину канцтоварів «А4» доцільно.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Бассовській, Л. Є. Менеджмент : підручник / Л.Є. Бассовській. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 412 с.
2. Алексєєв, А. А. Маркетинг: принципи і стратегія : підручник / А. А. Алексєєв. - Москва: ИНФРА-М, 2011. - 510 с.
3. Ареф'єва, Е. Н. Організація відділу продажів реклами : підручник / Є. М. Ареф'єва. - Москва: ИНФРА-М, 2013. - 315 с.
4. Лебедєв Ю.Г. Логістика: Теорія гармонізованих ланцюгів поставок. - М.: МГТУ ім. Н.е. Баумана, 2007. - 488 с.
5. Афанасенко І., Борисова В. Економічна логістика: підручник для вузів. Стандарт третього покоління. - СПб.: Пітер, 2013 - 432 с.
6. Альбеков А.У., Федько В.П., Митько О.А. Логістика комерції.- Ростов н / Д: Фенікс. 2001. - 226 с.
7. Дибська В.В. Логістика / В.В. Дибська, Е. І. Сергєєв, А. Н. Стерлигова. - М.: Ексмо, 2014. - 944 с. - (Повний курс МВА).
8. Акуліч, І. Л. Сучасний маркетинг : підручник / І. Л. Акуліч. - Рига: вид. БРІ, 2013. - 217 с.
9. Вайсман, А. Стратегія маркетингу: 10 кроків до успіху; Стратегія менеджменту: 5 факторів успіху : підручник / А. Вайсман. - Москва: АТ «Інтерексперт», «Економіка», 2013. - 344 с.
10. Воронкова, О. В. Маркетинг послуг: навчальний посібник / О. В. Воронкова, Н. І. Саталкіна; Н. І. Саталкіна О. В. Воронкова. - Тамбов: Вид-во ФГБОУ ВПО «ТДТУ», 2011 .
11. Манн, І. Б. Маркетинг. А тепер питання // Іванов і Фербер Манн. - 2008. - С. 224 .;
12. Губарец, М. А. Просування і позиціонування в маркетингу, або Як просунути будь-який товар: Навчально-практичний посібник. - Москва: Видавничо-торгова корпорація «Дашков і Ко», 2012. - 224 с .;

13. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент: експрес-курс / Ф. Котлер; пер. з англ, під ред. С. Г. Божук. - 2-е вид. - Санкт-Петербург. : Питер, 2006. - 464 с. ;
14. Кравченко, О. Н. Проблеми просування послуг на ринку / О. Н. Кравченко // Актуальні питання економіки та управління: матеріали міжнар. заоч. науч. конф. (М.Москва, апрель 2011 р.). Т. II. - Москва : РІОР, 2011. - С. 24-27. ;
15. Борушко, Н. В. Маркетингові комунікації : курс лекцій / Н. В. Борушко. - Мінськ: БГТУ, 2012 - 306 с.
16. Акуліч, І. Л. Маркетинг : підручник для студентів вищих навчальних закладів за економічними спеціальностями / І. Л. Акулич. - Мінськ: Вишэйшая школа, 2009 - 511 с.
17. Матриця маркетингових показників для оцінки діяльності компанії [Електронний ресурс] / А. Сторожук. - Режим доступу: <http://b2blogger.com/blo327g/?p=>.
18. Абрютина М. С. Аналіз фінансово-економічної діяльності підприємств: учеб.-метод. посібник / М. С. Абрютина, А. В. Грачов. - 3 вид., Испр. - М. : Справа і сервіс, 2001. - 256 с.
19. Музикант, В.Л. Інтегровані маркетингові комунікації : Навчальний посібник /В.Л. Музикант. - М. : ВЦ РІОР, НДЦ ИНФРА-М, 2013. - 216 с.
20. Войткевич, Н.І. Розподільна логістика і конкурентоспроможність систем збуту товарів Н.І. Войткевич. - М. : Креатив. Економіка, 2008. - 173с.
21. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, орієнтований на ринок. стратегічний та операційний маркетинг : переклад з англ. /Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпітас, І. Шулінг. - 2-е вид. - Пітер, 2008. (Класика МВА). - 700 с.
22. Баріленко, В.І. Аналіз господарської діяльності / за ред. В.І.Баріленко, - М. : Омега-Л. - 2009 - 414 с.
23. Головне управління статистики у Миколаївській області. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua>

24. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
25. Балабанова Л.В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій : навч. посібник / Л. В. Балабанової – Київ.: Знання, 2005. – 301 с.
26. Складання стратегічного балансу та сутність SWOT-аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://in1.com.ua/book/13007/10315>.
27. Багиев, Г.Л. Маркетинг: підручник / Г.Л.Багієв - М .: Економіка, 2010. – 184 с.
28. Котлер, Ф. Основи маркетингу / Ф. Котлер, К.Л. Келлер. - СПб .: Пітер, 2010. – 202 с.
29. Багиев, Г.Л. Маркетинг / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасевич, Х. Анн. - СПб .: Пітер, 2011. – 324 с.