

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

Кафедра менеджменту

**РЕФЕРАТ**  
**кваліфікаційної роботи**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**  
зі спеціальності 073 Менеджмент  
(шифр та найменування спеціальності)

на тему: «Управління збутовою діяльністю підприємства на ринку ювелірної продукції»  
(назва теми)

**Виконавець:**  
студент ЕУП факультету  
Бойкова Анастасія Едуардівна  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

**Науковий керівник:**  
к.е.н., доцент  
(науковий ступінь, вчене звання)  
Кузнецов Андрій Миколайович  
(прізвище, ім'я, по батькові) /підпис/

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** Унаслідок посилення конкурентної боротьби між товаровиробниками, що відбувається на фоні низької купівельної спроможності покупців їхньої продукції, розмір фінансових результатів, отримуваних підприємствами, значною мірою залежить не стільки від рівня їхніх виробничих можливостей, скільки від здатності збувати виготовлену продукцію. Детальніше функції збуту розкриваються в каналах збуту, тобто безпосередньо в шляхах товару від безпосереднього виробника до споживача, включаючи оптових та роздрібних торговців.

Будь-який збутовий канал виконує певний набір функцій, необхідних для здійснення обміну: вивчення результатів сегментації зовнішнього ринку та планування реклами; укладання договорів із суб'єктами ЗЕД чи посередниками; облік та контроль виконання договорів; розробка плану відвантаження товарів міжнародним клієнтам; визначення каналів збуту; організація прийому, зберігання, пакування, сортування та відвантаження товарів клієнтам; інформаційне, ресурсне та технічне забезпечення збуту товарів; стимулювання збуту; встановлення зворотного зв'язку із споживачами та фінансування витрат з функціонування каналів товароруку, збутових операцій. Отже, наявність каналу збуту передбачає розподіл функцій та потоків між учасниками обміну ЗЕД.

**Мета дослідження.** Метою цієї роботи є дослідження та характеристика управління збутовою діяльністю на ринку ювелірної продукції.

### **Завдання дослідження:**

- Характеристика основних методів збуту
- Аналіз сутності збутової діяльності
- Визначення збутової діяльності на ринку ювелірної продукції
- Проаналізувати показники діяльності підприємства;
- Визначити методи вдосконалення збутової діяльності підприємства;

- Оцінити економічну ефективність заходів по вдосконаленню збутової діяльності підприємства.

**Об'єкт дослідження** Об'єктом дослідження в дипломній роботі є ТОВ «Амадео», яке спеціалізується на дистриб'юторській діяльності по збуту ювелірних прикрас на українському ринку.

**Предмет дослідження** Предметом дослідження є принципи аналізу та управління збутовою діяльністю підприємства, яке досліджується, на ринку ювелірних прикрас.

**Методи дослідження** У роботі використані наступні методи: логічний аналіз; порівняльний аналіз; стратегічний аналіз; системний підхід; експертних оцінок; аналіз економічних показників діяльності і складових елементів макро- і мікросередовища підприємства; аналітико-синтетичний метод дослідження сильних і слабких сторін діяльності - SWOT - аналіз; аналіз

**Інформаційна база дослідження** Теоретична база дослідження представлена працями вітчизняних і зарубіжних учених по економіці, маркетингу, менеджменту. Інформаційну базу дослідження склали матеріали монографій, періодичних спеціальних видань, навчально-методичної літератури і навчальних посібників, а також законодавчих і нормативних актів України, даних фінансової звітності ТОВ «Амадео».

**Структура та обсяг роботи.** Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (44 найменування). Загальний обсяг роботи становить 72 сторінки. Основний зміст викладено на 65 сторінках. Робота містить 17 таблиць, 8 рисунків.

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи управління збутовою діяльністю на ринку ювелірної продукції» визначено суть та розвиток поняття збутової діяльності, методологічні основи цього визначення. Досліджено механізми та методи стимулювання збуту споживачів та охарактеризований ринок ювелірних послуг.

У другому розділі «Управління збутовою діяльністю ТОВ «Амадео» досліджено стан фінансового-господарської діяльності підприємства, конкурентне середовище в якому воно працює. Визначено ключові показники ефективності збутової діяльності підприємства. За допомогою аналізу збуту продукції були визначені переваги та недоліки у просуванні товарів та необхідність розвитку маркетингової складової. Базуючись на отриманні дані з аналізу, було запропоновано впровадження маркетингової стратегії, з посиленням на пошук нових каналів збуту та просуванням товару у мережі Інтернет. Для цього була обрана соціальна мережа Instagram, яка є найпопулярнішою зараз та пропонує широке охоплення потрібної нам аудиторії споживачів. Обґрунтовано економічну доцільність впровадження запропонованих заходів на підприємстві.

## ВИСНОВКИ

Фінансово-економічні показники не мають позитивної тенденції до зростання. Виручка становиться меншою, чистий прибуток також в тенденції на спадання. Проте підприємство все ще займає лідируючі позиції на своєму ринку.

За рівнем конкурентоспроможності Pandora у поданні ТОВ «Амадео» займає перше місце. Основною конкурентною перевагою являється особливість товарної пропозиції. Поступається конкурентам в категорії маркетингу та відсутності маркетингової стратегії задля пошуку нових каналів збуту.

Аналізуючи результати аналізу показників ефективності та їх вплив на виручку, можна побачити, що у 2019 році порівнюючи з 2018 кількість чеків зменшилась. На це вплинули пониження трафіку відвідувачів та зниження конверсії. Середній чек у 2019 році збільшився, проте це завдяки збільшенню цін та продажам культових товарів, так як довжина чеку зменшилась на 1,9%.

Проаналізувавши структуру та динаміку збуту можна побачити, що у 2018 році продажі зросли, це може бути пов'язано з розвитком інтернет-магазину, який був створений у 2017 році та швидко показував гарний результат, завдяки якісному просуванню мультिकанальних продажів. У наш час це один з найефективніших способів просування товарів або пропозиції, тому розвиток інтернет-магазину тільки сприяє збільшенню виручки та прибутку. Тому запропоновані заходи по вдосконаленню збутової діяльності цілком пов'язані з мережею Інтернет. Це може негативно відобразитися на продажах роздрібних магазинів, але до припинення їх існування ще далеко.

Прибуток та товарообіг компанії ТОВ «Амадео» зменшуються. За період свого існування на українському ринку, вони з одного боку завоювали ринок ювелірних прикрас, наладили тісні відносини з постійними покупцями та зробили так, щоб про них дізналися всі. З іншого боку, компанія втрачає свою актуальність та інтерес з боку покупців. Враховуючи те, що ТОВ «Амадео» не може впливати на глобальні цінності компанії Pandora та на

процес виробництва прикрас, вона не може пропонувати українському ринку оновлені товари, які спровокують хвилю нового попиту та зацікавленості. Проте можна стимулювати покупців на покупки існуючих товарів, роблячи яскраві реклами, що будуть вказувати на унікальність пропозиції, привертаючи їх увагу знову і знову, впровадити акційні пропозиції та бонусну програму лояльності. Це буде змушувати людей приходити до магазинів, шукати та обирати ті товари, які побачили до цього. Основним напрямком підвищення інтересу з боку покупців було обрано просування завдяки рекламі через найпопулярнішу зараз соціальну мережу – Instagram. Вона буде служити і як привернення уваги до бренду та його продукції так і стимулювати продажі в магазинах мережевих та інтернет – магазині найбільше.

У роботі ми представили комплекс необхідних заходів та розрахунків, які допоможуть підприємству досягти поставлених цілей і отримати результат від впровадження запропонованих заходів.