

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

Кафедра менеджменту організацій

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

на тему: «Управління збутовою діяльністю підприємства на ринку обладнання для професійного клінінгу»

Виконавець:

студентка

Центру заочної форми навчання

Перова Дженніфер-Ірен Олександрівна

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

Науковий керівник:

к.е.н., ст. викладач

(науковий ступінь, вчене звання)

Місько Ганна Анатоліївна

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

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми обумовлена тим, що головне завдання, яке вирішує система збуту і просування продукції – сприяти збільшенню прибутку фірми. Головне завдання будь-якого підприємця – зуміти ідеальним чином поєднати бажання клієнтів і власні виробничі можливості. Саме тому система збуту є центральною у всій системі економіки організації, оскільки саме в процесі збуту готової продукції з'ясується, наскільки точними і вдалими були всі використані концепції і стратегії по просуванню товару на ринок. Кожен товар неодмінно вимагає просування на ринку, це означає необхідність якісної і оригінальної реклами, різних акцій, які сприяють просуванню товару. Вивчення ринків збуту, визначення номенклатури виробів, встановлення цін та інші питання маркетингових досліджень мають за мету перебування оптимальних (з точки зору отримання максимального прибутку) умов реалізації товарної продукції. Той факт, що прибуток в кінцевому підсумку реалізується в сфері обігу, пояснює пильну увагу, яка приділяється кожною фірмою організації та вдосконалення своїх збутових операцій.

Метою кваліфікаційної роботи є обґрунтування заходів щодо удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Ювента».

Завдання дослідження:

- описати сутність збутової діяльності підприємства;
- дослідити сучасні підходи до управління збутовою діяльністю підприємства та методику оцінювання збутової діяльності підприємства;
- проаналізувати фінансовий стан та управління збутовою діяльністю ТОВ «Ювента»
- запропонувати підприємству рекомендації щодо удосконалення управління збутовою діяльністю на ТОВ «Ювента»
- оцінити ефективність запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є ТОВ «Ювента».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних та практичних аспектів щодо вдосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Ювента».

Методи дослідження. При написанні кваліфікаційної роботи було використано такі методи: індукції та дедукції, теоретичного узагальнення, порівняльного аналізу, абстрактно-логічного підходу та спостереження.

Інформаційна база дослідження. Теоретичною основою дослідження є матеріали навчальної та учбової методичної літератури, праці вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань управління збутовою діяльністю підприємства, матеріали науково-практичних конференцій.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та 4-ох додатків. Загальний обсяг роботи становить 75 сторінок. Основний зміст викладено на 59 сторінках. Робота містить 21 таблиці, 7 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі *«Теоретичні аспекти збутової діяльності підприємства»* розглянуто основні визначення відомих вчених поняття збутової діяльності, роль збуту, основні завдання та елементи збутової діяльності, її орієнтацію на результат та напрямки реалізації. Визначено сучасні підходи до управління збутовою діяльністю підприємства. Розглянуто об'єкти, суб'єкти, функції, принципи, інструменти та мету управління збутовою діяльністю. Дано визначення каналам збуту, приведено список форм збуту, основних функцій каналів збуту та критерії їх вибору. Визначені методичні підходи до оцінювання ефективності збутової діяльності, методологічна послідовність, методи дослідження збутової діяльності, складові та їх показники аналізу ефективності збутової діяльності.

У другому розділі *«Удосконалення управління збутовою діяльністю підприємства»* описана загальна характеристика ТОВ «Ювента», визначено основні напрями діяльності підприємства, асортимент продукції, інструменти та інфраструктуру. Розглянуто організаційну структуру організації та функціональні обов'язки працівників. Роз'яснено систему ціноутворення та види знижок на підприємстві. Проаналізовано фінансовий стан даного підприємства.

За результатами аналізу ефективності системи збуту, виявлено динаміку зростання реалізації продукції. Розраховані кількісні показники ефективності збуту, а саме: рентабельність продажів; середня вартість товарних запасів; коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів; товарооборотність у днях. Розглянуто статті витрат на збут за останні три роки та їх структуру у 2020 році; динаміку витрат на просування продукції за статтями бюджету маркетингу. За результатами SWOT-аналізу запропоновано удосконалення збутової діяльності шляхом впровадження відділу маркетингу. Обґрунтовано економічну доцільність даного заходу.

ВИСНОВКИ

Отже, за результатами дослідження можна зробити наступні висновки:

1. За результатами систематизації підходів науковців щодо сутності поняття “збутова діяльність” у роботі запропоновано під збутовою діяльністю розуміти процес обміну товарів або послуг на гроші, або, іншими словами, реалізацію товарів або послуг.

2. За результатами дослідження наукових джерел, встановлено що відокремлюють два основних підходи до організації збутової діяльності: маркетинговий та логістичний. Кожному із вказаних підходів притаманні певні переваги та недоліки. Зокрема, головною перевагою маркетингового підходу є розуміння того, що в центрі збуту є споживач. В той самий час маркетинговий підхід недостатню увагу приділяє можливостям щодо задоволення клієнтських запитів. З іншого боку саме на оптимізацію процесу задоволення потреб споживачів спрямовано логістичний підхід.

3. За результатами аналізу фінансового стану ТОВ «Торгівельна компанія «Ювента» встановлено, що в цілому воно є фінансово нестійким, так як отримані

результати показників за аналізований нами період є нестабільними та, в основному, не знаходяться у межах нормативних норм.

За результатами аналізу збутової діяльності встановлено, що рентабельність продажів має позитивну динаміку, проте залишається на низькому рівні. Коефіцієнт інтенсивності оборотності товарних запасів має негативну динаміку у 2020 році. Значення показника товарооборотності характеризує час, протягом якого товарні запаси знаходяться у сфері обігу. У 2019 р. тривалість обігу запасів підприємства становила 46 днів, що на 23 дні менше ніж у 2018 році. Та у 2020 році на 11 днів більше в порівнянні з 2019 роком, що вказує на негативні зміни кількості днів для обігу товарів.

4. За результатами SWOT-аналізу встановлено, що сильними сторонами підприємства є ринкові ціни за однаковими властивостями обладнання; розвинута інфраструктура підприємства, достатня кількість площ; тривалий досвід праці та імідж компанії. В майбутньому прослідковується можливість до зростання попиту на продукцію та розширення бізнесу через збільшення кількості постачальників. З слабких сторін можна зазначити відсутність ефективного менеджменту персоналу, збільшення кількості днів на товарообіг у 2020 році, відсутність відділу маркетингу. Найбільшою загрозою є зміни умов контрактів та договорів з постачальниками, що може призвести до затримки або припиненню поставки товарів. Так як товар імпортується, тобто постачальники іноземні, та розрахунки з ними здійснюються за долар чи євро, то девальвація гривні може призвести до збільшення вартості закупки товарів. Запропоновано, з метою удосконалення збутової діяльності, впровадити відділ маркетингу, оскільки організацією з просування товару на ринок займаються працівники з продажів. Це уповільнює роботу. Тому для підвищення результативності збутової діяльності необхідно відокремити від продавців дані функціональні обов'язки та перекласти їх на спеціалістів, які будуть відноситись до відділу маркетингу.

5. За результатами обґрунтування заходу з удосконалення збутової діяльності встановлено, що сума загальних витрат на впровадження та утримання відділу маркетингу за рік складе 842,5 тис. грн. Економічний ефект від запровадження даного заходу складе 816,35 тис. грн.

АНОТАЦІЯ

Перова Д.О., «Управління збутовою діяльністю підприємства на ринку обладнання для професійного клінінгу».

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

Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2021.

У роботі розглядаються теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства.

Проаналізовано збутову діяльність, складові зовнішнього та внутрішнього середовища ТОВ «Ювента».

Запропоновано заходи з покращення управління збутовою діяльністю ТОВ «Ювента», шляхом впровадження на підприємство відділу маркетингу.

Ключові слова: збутова діяльність, збут, управління збутовою діяльністю.

ANNOTATION

Perova D.O., "Management of sales activities of the enterprise in the market of equipment for professional cleaning".

Qualifying work on obtaining a bachelor's degree in the specialty 073 "Management"

Odessa National Economics University. – Odessa, 2021.

The work deals with the theoretical aspects of the management of sales activities of the enterprise.

Author analysis sales activities, components of the external and internal environment of LLC «Juventa».

Measures to improve the management of sales activities of LLC «Juventa» by introducing a marketing department to the enterprise.

Keywords: sales activities, sales, sales management.