

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

Кафедра маркетингу
(найменування кафедри)

РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 075 Маркетинг
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою
Маркетинг
(назва освітньої програми)

на тему: **«Удосконалення збутової діяльності підприємства»**
(назва теми)

Виконавець:

студент 45 групи ФМЕ

Антосієва Аріна Олегівна

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Губерник Аркадій Олексійович

(прізвище, ім'я, по батькові)

/підпис/

Актуальність дослідження. Сьогодні залишається актуальною проблема вибору ефективних каналів збуту продукції, визначення оптимального рівня процесів, засобів розподілу, що є запорукою успіху підприємства на всіх рівнях його функціонування. Результатом діяльності підприємства є показники ефективності та вирішення конкретних поставлених питань. Одним із найважливіших є питання щодо системи управління збутовою діяльністю підприємства в умовах посилення конкуренції на ринках збуту, підвищення витрат, які пов'язані з реалізацією та просуванням тощо.

В умовах жорсткої ринкової конкуренції підприємства змушені еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу. Нині суб'єкти підприємництва мають на меті поєднати виробничі можливості з бажаннями потенційних клієнтів. Від ефективного управління збутовою діяльністю залежить виробнича програма підприємства і результати його господарської діяльності. Заходи щодо підвищення функціонування є безперспективними тоді, коли відсутні чіткі методи управління збутовою діяльністю, які допомагали б вести конкурентну боротьбу.

Сучасна економіка характеризується тим, що виробництво та споживання і використання продукту не співпадають у часі та не слідують безпосередньо один за одним. Для вирішення проблем, що виникають унаслідок цього, використовується система збуту товарів, яка потребує витрат коштів. Інколи витрати на розподіл та збут становлять більше половини від роздрібною вартості товару. Таким чином, система збуту товарів є ключовою ланкою маркетингу та фінішним комплексом усієї діяльності промислового підприємства зі створення, виробництва та реалізації товару споживачу. Неможливо уявити функціонування ринку без наявності збутових мереж, які найбільше намагаються наблизитись до покупця. Тому для виживання за таких умов іншим підприємствам необхідно спрямовувати свої зусилля на раціоналізацію технології збуту.

Розробкою даної проблеми займалися багато науковців, представники різних галузей науки, як іноземні, так і вітчизняні науковці: Л. Балабанова, С. Близнюк, Д. Джоббер, П. Гайдуцький, В. Кардаш, Ф. Котлер, В. Наумов, Дж. Ланкастер, Р. Ланкар, А. Павленко та ін. Проблематика ефективності збутової діяльності посідає чільне місце у напрацюваннях українських вчених, серед яких Амбросов В. Я., Балабанова Л. В., Гамалій В. Ф., Ключник А. В., Кучер О. В., Мельничук О. І. та ін.

Але, незважаючи на це, сьогодні існує потреба у дослідженні, яке б узагальнило, систематизувало існуючі відомості з даної проблеми.

Враховуючи все вищесказане, була обрана тема дипломної роботи:

"Удосконалення збутової діяльності підприємства "

Мета і завдання кваліфікаційної роботи. Метою дослідження є на основі аналізу збутової діяльності підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО» обґрунтувати теоретичні положення, методичні підходи та рекомендацій щодо підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО». Відповідно до мети були визначені наступні **завдання**:

- 1) Визначити роль збутової діяльності у функціонуванні вітчизняних підприємств;
- 2) Надати характеристику основних підходів до управління ефективністю збутової діяльності підприємства;
- 3) Узагальнити значення збуту для підприємства в ринкових умовах;
- 4) Розглянути організаційно-економічну характеристику ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- 5) Дослідити маркетингове середовище підприємства;
- 6) Проаналізувати особливості збутової діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- 7) Надати пропозиції з покращення збутової політики ТОВ «ЦЕТЕХНО»;
- 8) Рекомендувати заходи по стимулюванню збуту ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Об’єкт дослідження – Сучасний стан наукових досліджень збутової діяльності, процеси аналізу збутової діяльності ТОВ «ЦЕТЕХНО» та розробки рекомендацій для її удосконалення.

Предмет дослідження – Сукупність теоретичних, методичних та прикладних положень щодо дослідження та удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО».

Для розв’язання поставлених завдань були використані такі **методи дослідження**: зіставлення, узагальнення та синтез здобутої інформації, дедукції та індукції, порівняльний, статистичного та економічного аналізу, SWOT-аналіз.

Інформаційна база дослідження. Для написання роботи проаналізовано монографічна та наукова література, Інтернет-джерела, статистична інформація Державної служби статистики України, фінансова звітність ТОВ «ЦЕТЕХНО», інформація надана компанією при проходженні практики.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (53 найменування). Загальний обсяг роботи становить 79 сторінок. Основний зміст викладено на 70 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі **«ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»** визначено роль збутової діяльності у функціонуванні вітчизняних підприємств, надано характеристику основних підходів до управління ефективністю збутової діяльності підприємства охарактеризовано значення збуту для підприємства в ринкових умовах.

У другому розділі **«ХАРАКТЕРИСТИКА ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЦЕТЕХНО»** надано організаційно-економічну характеристику ТОВ «ЦЕТЕХНО»; проаналізовано макро та мікросередовище підприємства та його маркетингову та збутову діяльність.

У третьому розділі **«ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЦЕТЕХНО»»** надано пропозиції з покращення збутової політики ТОВ «ЦЕТЕХНО»; була розроблена піар-акція щодо стимулювання збуту продукції на ТОВ «ЦЕТЕХНО».

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1) Збут у діяльності підприємства має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і перевагах покупців. Обґрунтована збутова політика є необхідною умовою досягнення позитивних фінансових результатів, зміцнення фінансової самостійності та підвищення ділової активності підприємства.

2) У широкому розумінні збутова політика є як процесом розподілу виробленої підприємством продукції, так і процесом післяпродажного обслуговування [8].

3) У вузькому розумінні збутова політика - це сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу.

4) Завдяки аналізу діяльності підприємства на ринку, був розглянутий зареєстрований логотип підприємства ТОВ «ЦЕТЕХНО». Представлено його організаційну структуру організаційно-правову систем. Проаналізувавши фінансовий стан підприємства дізнались, що у 2021 році підприємство отримало чистий прибуток – 6 168 938 тис. грн., що значно більше, ніж у 2020 році. Фінансові показники мають тенденцію до зростання.

5) За допомогою STEP-аналізу було виявлено як фактори (соціальні, технологічні, економічні та політичні) впливають на ринок електроніки в цілому. Була складена матриця найбільших загроз та можливостей підприємства, на основі зібраної інформації був складний SWOT-аналіз підприємства, виділені сильні та слабкі сторони, можливості та загрози, також був проведений перехресний SWOT-аналіз для підсумування усіх результатів.

6) Завдяки оцінці маркетингової діяльності підприємства, було визначено, що на рекламні заходи підприємство витратило 206 400 в 2021 році. ТОВ «ЦЕТЕХНО» використовує кілька видів реклами: зовнішня реклама, друкована, комп'ютерна реклама. ТОВ «ЦЕТЕХНО» рідко застосовує для просування сувенірну продукцію, і її випуск здійснювався лише одного разу - на ювілей фірми. При цьому компанія налагодила виробництво різного виставкового матеріалу.

7) Пораховані показники ефективності та рентабельності збутової діяльності. Також було визначено скільки коштів підприємство витрачає в цілому на збут (1 514 947 грн) та 1 514 947 (950 00грн).

8) Впровадження CRM-системи в ТОВ «ЦЕТЕХНО» може дати наступні ключові переваги: Збільшення об'єму продажів (середній показник – 10 % збільшення продажів у рік) ;Збільшення маржі ;Зниження адміністративних витрат на продажі і маркетинг .

9) У ході досліджень теоретичних та методичних основ застосування промо-акцій, а також аналізу практичних результатів проведення промо-акції на підприємстві ТОВ «ЦЕТЕХНО» , отримали такі результати: запропоновано успішну промо-акцію з ефективністю 11% як одного з методів стимулювання збуту .