

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

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

РЕФЕРАТ

**кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою «Маркетинг»**

**на тему: «Програма стимулювання збуту та пропозиції по її втіленню в
маркетингову діяльність»**

Виконавець:
студент ЦЗВФН
Григорян І.А.
_____ /підпис/

Науковий керівник:
ст.викладач
Шеремета О.В.
_____ /підпис/

Одеса 2023

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Збут у системі маркетингу 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. Розробка збутової політики є невід'ємною частиною програми маркетингу підприємства. Отже проблеми збуту є чи не найактуальнішими для будь якого підприємства, що й обумовило вибір теми дипломної роботи.

Розробка збутової політики підприємства передбачає визначення пріоритетних напрямків, засобів та методів, необхідних для активізації збуту. Вона повинна базуватись на результатах аналізу наявної збутової системи. Причому цей аналіз доцільно здійснювати не лише за кількісними показниками, але й за якісними: рівень обслуговування, задоволеність і прихильність покупців, результативність комунікаційної політики, правильність вибору сегментів ринку, результативність роботи збутового персоналу тощо.

Особливе значення при формуванні збутової політики підприємства має вибір методів взаємодії з покупцями та їх удосконалення. При цьому необхідно визначити розмір та структуру витрат на обслуговування покупців, на придбання необхідної техніки, навчання персоналу тощо.

У свою чергу питання стимулювання збуту є дуже актуальними для вітчизняного бізнесу, оскільки без ефективної стратегії продажів підприємство може не досягти своїх цілей та бути не конкурентоспроможною на ринку. Стимулювання збуту передбачає використання різноманітних маркетингових інструментів (наприклад, знижки на товари, програми лояльності для клієнтів, проведення рекламних кампаній, участь у торгових виставках та інші заходи, спрямовані на привертання уваги потенційних покупців) для збільшення обсягів продажу продукції або послуг.

Популярність використання інструментів стимулювання збуту в ІТ сфері зумовлена нестабільним економічним станом в країні та високим рівнем конкуренції на ІТ ринку. Тому підприємства прагнуть постійно вдосконалювати свої стратегії збуту, з метою збільшення частки ринку, середньої суми чеку, частки повторних продажів, рівня прибутковості тощо.

Отже пошук, обґрунтування та подальше впровадження нових методів стимулювання збуту, в основі яких сучасні маркетингові інструменти, є актуальним напрямком розвитку підприємства, яке в свою чергу не потребує значних фінансових вкладень, але матиме вагомий економічний ефект.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичні, методичні та прикладні аспекти стимулювання збуту підприємствами ІТ сфери. Виконання поставленої мети реалізується через послідовне вирішення таких завдань:

- дослідити основні теоретичні аспекти процесу стимулювання збуту;
- вивчити методи стимулювання збуту та їхню інтеграцію в маркетингову діяльність сучасних підприємств;
- обґрунтувати особливості стимулювання збуту на підприємствах ІТ сфери;
- проаналізувати фінансово-господарську діяльність ТОВ «ІА ДЖЕНЕРАЛ»;
- провести оцінку зовнішнього середовища підприємства на ринку ІТ послуг;

- визначити поточний стану збутової діяльності ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ»;
- зробити пропозиції щодо комплексного обслуговування суб'єктів підприємництва за «пакетними» пропозиціями;
- розглянути можливості використання CRM для збільшення обсягів продажу послуг;
- визначити ефективність вебінарів та спонсорства в якості інструментів для стимулювання збуту ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ».

Об'єкт дослідження – механізми реалізації і вдосконалення системи стимулювання збуту, на прикладі ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ».

Предмет дослідження – розробка методичних та організаційних заходів щодо оптимізації збутової політики підприємства ІТ сфери.

Методи дослідження. У кваліфікаційній роботі використовувались наступні методи: горизонтальний та порівняльний аналіз діяльності підприємства; методи синтезу; угруповань та інші методи статистичної обробки інформації. Під час проведення дослідження організації збуту проаналізовано статистичну інформацію стосовно тенденції ринку, аналітичну інформацію відносно фінансово-господарської діяльності підприємства. В процесі проведення розрахунків використовувався програмний продукт «Microsoft Excel».

Інформаційною основою кваліфікаційної роботи є: дані бухгалтерського, управлінського й аналітичного обліку ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» статистичні дані щодо розвитку ІТ сфери, інформація консалтингових агентств щодо стану ринку ІТ послуг та наявних кон'юнктурних тенденцій, Закони України, нормативні акти, наукові праці вітчизняних та іноземних дослідників, інформація з відкритих Інтернет-джерел.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «**Теоретичні аспекти стимулювання збуту**» досліджено сутність процесів стимулювання збуту, сформульовано основні методи стимулювання збуту та їхня інтеграція в маркетингову діяльність підприємства, розглянуті особливості стимулювання збуту на підприємствах ІТ-сфери.

У другому розділі «**Аналіз збутової діяльності ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ»**» досліджено загальну характеристику та проведен аналіз фінансово-господарської діяльності ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ», здійснена оцінка зовнішнього середовища підприємства на ринку ІТ послуг та оцінка поточного стану збутової діяльності підприємства.

У третьому розділі «**Пропозиції щодо оптимізації процесів стимулювання збуту послуг ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ»**» розроблено впровадження комплексного обслуговування суб'єктів підприємництва за «пакетними» пропозиціями, надані пропозиції щодо використання CRM для збільшення обсягів продажу послуг, обґрунтовано використання вебінарів та спонсорства для стимулювання збуту ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ».

ВИСНОВКИ

В результаті розгляду теоретичних, методичних та практичних аспектів стимулювання збуту та пропозиції по її втіленню в маркетингову діяльність, а саме,

підприємства ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ», у кваліфікаційній роботі зроблено наступні висновки.

1. В сучасному світі стимулювання збуту є досить привабливе для підприємств усіх сфер діяльності. Через стимулювання збуту підприємства можуть покращити взаємовідносини з партнерами, що веде до більш ефективної співпраці. Застосування стимулювання збуту може допомогти підприємству розвивати свій бренд та позиціонування на ринку. Шляхом стимулювання збуту, підприємства можуть зменшити витрати на маркетинг та рекламу, адже продавці та дистриб'ютори самі стають активними учасниками в продажі товарів. І, нарешті, стимулювання збуту може підвищити мотивацію працівників підприємства, оскільки вони отримують додаткові стимули та нагороди за успішний продаж товарів.

2. Інтеграція методів стимулювання збуту в систему маркетингу підприємства повинна здійснюватися з урахуванням конкретного бізнесу та його маркетингової стратегії. Але, узагальнено, наступні методи стимулювання збуту можуть бути легше інтегровані в систему маркетингу підприємства: знижки, безкоштовні подарунки до товару або послуги, програми лояльності та бонусні системи, проведення промо акцій, конкурсів та розіграшів серед клієнтів, залучення інфлюенсерів, проведення демонстраційних заходів тощо.

3. Швидкий темп змін у технологіях та інноваціях, що дозволяє ІТ підприємствам бути високо гнучкими та адаптивними до змін в ринкових умовах. Тому, стимулювання збуту в ІТ сфері може включати в себе експериментування з новими інструментами та підходами. Крім того продукт чи послуга, що пропонується, може бути віртуальним і доступним в Інтернеті. Це дозволяє використовувати цифрові інструменти маркетингу та продажу, такі як цифрова реклама, соціальні медіа, електронна комерція тощо.

4. ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» зареєстровано в 2015 році. За КВЕД діяльність підприємства відноситься до «Діяльності зв'язку». За період 2020-2021 рр. на підприємстві спостерігалось зменшення чистого доходу від реалізації послуг відбувалось на тлі зменшення продуктивності праці на 54,3 %. Причини такого становища в тому, що ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» створювалось виключно під обслуговування наявних на той час мереж заправок (при цьому був якірний замовник). А внаслідок пандемії більшість з них не тільки перестали розширяться, а, навпаки згорталися (частково або, навіть, повністю).

5. Основний напрям діяльності ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» - це надання ІТ послуг. У кількісному виразі вітчизняний ІТ ринок демонстрував темпи зростання останні 5 років на рівні на 11-26% на рік, а обсяг ринку за офіційними даними перевищив в 2021 році позначку 5 млрд. дол. Ринок складається з понад 3 тис. сервісних компаній, більше 1 тис. стартапів і продуктових компаній, близько 20 R&D-центрів, 5 профільних асоціацій і до 15 ІТ-кластерів.

6. На початок 2020 р. найбільший відсоток продажів було здійснено за розробкою та обслуговуванням інтегрованих систем управління. Однак до кінця 2021 р. цей відсоток знизився на 27,2. Це пояснюється тим, що цей продукт в основному призначений для нових заправок, а таких заправок протягом 2019-2021 рр. було майже не відкрито. З метою стимулювання збуту протягом останніх 3-х років ТОВ

«ПА ДЖЕНЕРАЛ» найбільш активно використовувало такі способи як: інтернет маркетинг, e-mail-маркетинг, спонсорство над невеликими проектами та вебінари.

7. З метою стимулювання збуту ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» може запропонувати клієнтам пакетні послуги з обслуговування ІТ-інфраструктури. Підприємство гарантує надання послуг відповідно до певних параметрів якості, постійний моніторинг та швидке вирішення проблем та інцидентів. Клієнти можуть вибрати пакет обслуговування, який відповідає їхнім потребам та бюджету. Різні пакети обслуговування забезпечують сталу абонентську плату та прогнозованість ІТ-витрат, що дозволяє уникнути неочікуваних витрат на ІТ-інфраструктуру. З введенням нового пакетного підходу середньозважена вартість чеку має збільшитися на 2200 грн/міс, тобто на 16.4%. В свою чергу додатковий дохід при збереженні наявних обсягів продажу послуг складе 110 тис грн/міс.

8. Іншим напрямом стимулювання збуту є впровадження CRM-системи з метою покращення процесу взаємодії з клієнтами та, відповідно, показників конверсії. Це дозволить більш точно відслідковувати потреби клієнтів та надавати їм більш персоналізований підхід. Також, CRM-система допоможе забезпечити більш ефективну роботу команди, підвищить ефективність продажів та зменшить час, потрібний для вирішення проблем клієнтів.

9. Вебінари є достатньо потужним інструментом стимулювання збуту, який має допомогти ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ» залучити додаткову увагу клієнтів та збільшити продаж послуг. В результаті проведення циклу вебінарів, протягом перших 3-х місяців передбачається залучення 10 нових клієнтів на послугу аудиту інформаційної та кібербезпеки вартість якої складає 20 тис. грн., а собівартість становить 7 тис. грн. Тобто, при бюджеті в 100 тис. грн., чистий прибуток від проведення циклу вебінарів складе 30 тис. грн., рентабельність о маркетингового заходу складе 33%.

АНОТАЦІЯ

Григорян І.А. «Програма стимулювання збуту та пропозиції по її втіленню в маркетингову діяльність.».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 075 Маркетинг за освітньою програмою «Маркетинг». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2023.

У роботі розглядаються теоретичні засади методичні та прикладні аспекти стимулювання збуту підприємствами ІТ сфери в Україні; методи стимулювання збуту та їхню інтеграцію в маркетингову діяльність сучасних підприємств, проаналізовано фінансово-господарська діяльність ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ».

Проаналізовано конкурентне середовище у сфері ІТ послуг та визначені внутрішні конкурентні переваги та поточний стан збутової діяльності ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ». Запропоновано пропозиції щодо комплексного обслуговування суб'єктів підприємництва за «пакетними» пропозиціями.

Розглянуті можливості використання збільшення обсягів продажу послуг. Розроблені та вдосконалені системи стимулювання збуту ТОВ «ПА ДЖЕНЕРАЛ»

Ключові слова: ІТ сфера, ІТ послуги, ІТ, збут, стимулювання збуту, аутсорсінг, маркетинг, пакет.

ABSTRACT

Grigoryan I.A. "Sales promotion program and proposals for its implementation in marketing activities"

Qualification work for a bachelor's degree in specialty 075 Marketing in the educational program «Marketing». – Odessa National Economic University. – Odessa, 2023.

The work deals with the theoretical principles of sales promotion by IT enterprises in Ukraine; methods of sales promotion and their integration into the marketing activities of modern enterprises; analyzes the financial and economic activities of IIA GENERAL LLC.

The competitive environment in the field of IT services was analyzed, the internal competitive advantages and the current state of sales activities of IIA GENERAL LLC were determined. Proposals for comprehensive services for business entities on the basis of "package" offers.

The possibilities of using the increase in sales of services are considered. The systems of stimulation of sales of LLC "IIA GENERAL" are developed and improved.

Key words: IT services, IT, sales, sales promotion, outsourcing, marketing, package.