

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

Допущено до захисту
Завідувач кафедри д.е.н., проф. Кузнецова І.О.

(підпис)
“ ” _____ 2024_ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент
на тему:

**«Управління збутовою діяльністю підприємства на
косметичному ринку»**

Виконавець:
Студентка 11 групи, 4 курсу, ЦЗФН
Костюченко Дар'я Віталіївна

Науковий керівник:
Старший викладач
Єсіна Ольга Геннадіївна

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I.	3
1.1 Збутова діяльність підприємства: визначення та сутність.....	5
1.2 Особливості управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних умовах.....	10
1.3 Методики оцінки ефективності збутової діяльності підприємства.....	15
РОЗДІЛ II. РОЗРОБЛЕННЯ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ПРОДУКЦІЇ НА ТОВ «Chernomor Cosmetics».....	23
2.1 Дослідження ринку косметики та парфумованих засобів.....	23
2.2 Загальна характеристика та аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «Chernomor Cosmetics».....	32
2.3 Аналіз ринкового середовища для ТОВ «Chernomor Cosmetics».....	36
2.4 Шляхи удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Chernomor Cosmetics».....	40
ВИСНОВКИ.....	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	51

ВСТУП

Актуальність теми. Косметичні продукти стали необхідною частиною нашого повсякденного життя, займаючи важливе місце на ринку споживчих товарів в Україні. Їх популярність постійно зростає, особливо серед шанувальників натуральної косметики, яка зазвичай містить від 70% до 90% натуральних інгредієнтів. Сучасні покупці все більше звертають увагу на склад продуктів та шукають індивідуальний підхід до догляду за шкірою обличчя. Ринок косметики насичений різноманітними торговими марками, що породжує високу конкуренцію.

У такому середовищі підприємства, особливо малі магазини, активно розглядають нові стратегії просування, спрямовані на збереження та розвиток їхньої конкурентоспроможності. Звертаючись до сучасних маркетингових методів, вони прагнуть залучити увагу цільової аудиторії, створити привабливий імідж магазину, підвищити обізнаність про свою продукцію та забезпечити стабільну лояльність клієнтів.

Об'єкт дослідження – ТОВ «Chernomor Cosmetics».

Предмет дослідження – процес управління збутовою діяльністю ТОВ «Chernomor Cosmetics».

Мета випускної роботи – запропонувати заходи поліпшення збутової діяльності досліджуваного підприємства.

Виходячи з мети, в роботі поставлено *завдання*:

- надати визначення поняттю «збутова діяльність підприємства» та проаналізувати особливості управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних умовах;
- надати загальну характеристику та провести аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства ТОВ «Chernomor Cosmetics»;
- проаналізувати ринкове середовище, в якому працює ТОВ «Chernomor Cosmetics»;
- запропонувати шляхи удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Chernomor Cosmetics».

Для вирішення поставлених завдань у роботі будуть використано методи дослідження: аналізу та синтезу; економічного порівняння; статистичного аналізу; графічного моделювання.

Отримані теоретичні та практичні результати можуть бути використані для підвищення ефективності управління збутовою діяльністю досліджуваного підприємства.

Структура роботи: бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел. Основний обсяг роботи: __53__ сторінки, _18__ таблиць та _17__ рисунків, __6__ формул. Список використаних джерел складається з __33__ найменувань.

ВИСНОВКИ

Згідно поставлених завдань, нами було зроблено проведене наукове дослідження та зроблені наступні висновки:

- під збутовою діяльністю підприємств розуміється процес просування продукції на ринок та організація товарного обміну з метою отримання прибутку. Щоб визначити її зміст, найбільш універсальним критерієм є мінімізація витрат або максимізація ефективності виконання всіх функцій збуту підприємства. Суть цього підходу полягає в інтеграції функціональних сфер, що пов'язані з проходженням матеріального потоку від виробника до споживача (таких як перевезення, управління запасами, складування, інформаційне забезпечення тощо) в єдиний комплекс; збутова діяльність є одним з найважливіших аспектів будь-якого підприємства, оскільки вона має прямий вплив на його доходи та прибутковість. Для досягнення успішної торговельної діяльності підприємствам необхідно розробити ефективні стратегії та тактики продажів, які включають в себе визначення цільових ринків, розуміння потреб і переваг клієнтів, розробку позиціонування продукту та створення переконливих торгових повідомлень;
- фінансово-економічний стан ТОВ «Chernomor Cosmetics» за результатами діяльності у 2022 році є задовільним. Коефіцієнт покриття знаходиться в межах нормативного значення, що свідчить про те, що підприємство своєчасно погашає борги. На кожен гривню поточних зобов'язань у підприємства є відповідно 2,37, 2,52 і 2,60 грн. поточних активів у 2020, 2021 та 2022 роках. Крім того, коефіцієнт швидкої ліквідності на кінець 2022 року приближується до норми, що свідчить про те, що ТОВ «Chernomor Cosmetics» має майже достатній рівень високоліквідних активів для погашення поточних зобов'язань;
- для оцінки ринкового середовища нами було використано модель "5 сил М. Портера" та IFAS аналіз для досліджуваного підприємства. Загальна зважена оцінка вказує на необхідність перегляду збутової стратегії ТОВ

«Chernomor Cosmetics» та розробку комплексу заходів для просування; за допомогою матриці SPACE-аналізу, нами було визначено стратегію стимулювання продажів та було запропоновано програму, яка направлена на підвищення лояльності та обізнаності споживачів щодо натуральної продукції. Дана програма включала наступні етапи:

- ✓ роздача безкоштовних зразків продукції;
 - ✓ реклама в соціальних мережах;
 - ✓ прийняття участі у Міжнародній виставці індустрії краси «InterCHARM-Україна».
- Витрати на заходи з впровадження програми стимулювання збуту продукції складуть 100100 тис. грн. Маржинальний дохід покриє витрати на заходи і забезпечить отримання додаткового прибутку в розмірі: 139476 тис. грн. Звідси можемо зробити висновок, що запропоновані заходи є економічно обґрунтовані та ефективними.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Аналіз косметичного ринку в Україні. URL: <https://alfaspa.ua/rynok-kosmetiki-v-ukraine-analiz-i-prognoz>
2. Атаманчук Ю. М. Маркетингові інструменти механізму збутової діяльності. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 392–395.
3. Балабанова Л. В., Митрохина Ю. П. Управління збутовою політикою. Особливості управління збутовою політикою підприємства в умовах ринкової економіки. URL : <http://pidruchniki.com/15290527>
4. Банько В. Г. Логістика: навчальний посібник (2-ге вид., перероб.). К.: КНТ, 2007. 332 с.
5. Бауэрсокс Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. Д. Бауэрсокс, Д. Клосс ; пер. с англ. М. : Олимп-Бизнес, 2011. 640 с.
6. Безверхий К. В. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу і маркетинг. Бухгалтерський облік і аудит. 2010. № 12. С. 14–19.
7. Браун К. Практическое пособие по стимулированию сбыта. М., 2003. С. 382.
8. Варченко О. М. Методичні підходи до оцінки ефективності функціонування збутових логістичних систем аграрних підприємств. Економіка та управління АПК. 2014. № 2. С. 21–26.
9. Величко О. П. Логістична оптимізація каналів розподілу продукції підприємства. Економічний простір. 2010. № 35. С. 246–254.
10. Величко О. П. Збутова логістична система як категорія та об'єкт управління. Логістика. 2011. № 21.
11. Візіренко С. В., Агаркова О. В. Організація обліку процесу реалізації готової продукції. Інвестиції: практика та досвід. 2018. № 24. С. 36–42.
12. Гавриш Ю., Слесь І. Методи оцінки ефективності управління збутової діяльності промислового підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 20. С. 189-197.

13. Гарматюк О. В. Ефективність вибору каналів збуту. Міжнародна науково-практична конференція «Проблеми та перспективи розвитку національних економік: від мікро- до макрорівня», (Одеса, 8 квітня 2016). Одеса : МГУ, 2016. С. 147–149.
14. Глазкова К. О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. Вісник КНУТД Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. 2014. № 3. С. 102–107.
15. Гнилянська Л. Й. Організація збутової діяльності підприємства. URL: <http://ena.lp.edu.ua>
16. Гнилянська Л. Й. Організація збутової діяльності підприємства. Національний університет «Львівська політехніка». 2014. URL: <http://ena.lp.edu.ua>
17. Горобець Н. М., Скрыга О. В. Особливості стратегічного управління виробничо-збутовою діяльністю птахівничого підприємства. Агросвіт. 2016. № 4. С. 31-37.
18. Грицишин А. Облік збутової діяльності в умовах розмежування логістичних і маркетингових процесів. Вісник Тернопільського національного економічного університету. 2020. Вип. 1. С. 200–212.
19. Гудзенко Н.М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації. Науковий вісник Національного аграрного університету. 2002. Вип. 56. С. 263–265.
20. Гут І. О. Орієнтація сучасній стратегій збуту. Орієнтація сучасній стратегій збуту. Маркетинг в Україні. 2009. № 6. С. 37-39.
21. Дерій В.А. Витрати на збут у системі обліку й аналізу невиробничих витрат. Облік і фінанси. 2013. № 4 (62). С. 20–23. 22.
22. Іваночко Н. В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки 2017. Випуск 18. С. 214-218.

23. Забуранна Л.В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку. Сталий розвиток економіки. 2010. № 7. С. 120–123.
24. Камілова С.Р., Яцун Ю.Ю. Управління збутовою діяльністю. URL: <https://yandex.ua/clck/jsredir?bu=uniq1509799822358100854&from>
25. Клімова І. Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні. Держава та регіони. 2006. № 3. С. 143-147.
26. Ключник А. В. Теоретичний аналіз поняття «збут» та його функцій. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2014. Випуск 6. С. 188-191.
27. Козак М. І. Еволюція збутової служби: актуальні проблеми і кадрове забезпечення. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 4 (58). С.83-90.
28. Коніщева Н. Й. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. 2005. № 1 (27). С. 114-124
30. Інноваційні технології управління підприємством: моногр. / І.О. Кузнецова, А.Р. Златова, В.В. Горбатюк, та ін.; за заг. ред.: І. О. Кузнецової, О. С. Балабаш. – Харків: «Діса плюс», 2023. – 200 с.
31. Сучасні технології управління: (монографія) / За заг.ред. д.е.н., проф. Кузнецової І.О., к.е.н., доц. Балабаш О.С. – Харків: «Діса плюс», 2023. – 320 с.
32. Технології прийняття управлінських рішень: (Монографія) / За заг. ред. д.е.н., проф. І.О. Кузнецової - Харків: «Діса плюс», 2023. - 430 с.
33. Данчева О.М. Інноваційний розвиток підприємств в Україні: сучасний стан та перспективи. «Актуальні проблеми менеджменту: теоретичні і практичні аспекти»: Матеріали шостої міжнар. наук.–практ. конф., 28–29 вересня 2023 р. – відпов. За випуск д.е.н., проф. Кузнецова І. О. – Одеса – 324 с.