

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
Кафедра «Економіка Підприємства»

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

\_\_\_\_\_ Янковий О. Г.

“ \_\_\_\_\_ ” \_\_\_\_\_ 2018 р.

**ВИПУСКНА РОБОТА**

**на здобуття освітнього ступеня бакалавр**

**зі спеціальності економіка підприємства**

**за темою:**

**Удосконалення системи товаропросування на підприємстві (на прикладі  
ТОВ» Юніто Техальянс»)**

**Виконавець:**

Студент ФЕУВ

Назрачова Анна Вікторівна

/підпис/

**Науковій керівник:** к.е.н., доцент

Бабій Олег Миколайович

/підпис/

**Одеса 2018**

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМ ТОВАРОПРОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	5
1.1. Сутність та цілі товаропросування на підприємстві.....	11
1.2. Формування системи товаропросування на підприємстві.....	16
1.3. Методи планування товарообігу на підприємстві.....	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОВАРОПРОСУВАННЯ І ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «Юніто Техальянс».....	49
2.1 Загальна характеристика підприємства ТОВ «Юніто Техальянс».....	49
2.2 Аналіз господарської діяльності підприємства ТОВ «Юніто Техальянс».....	50
2.3 Аналіз товаропросування на підприємстві ТОВ «Юніто Техальянс» .	58
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОВАРОПРОСУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «ЮНІТО ТЕХАЛЬЯНС».....	61
3.1 Організація доставки товарів споживачам.....	62
3.1 Часткове перевезення товарів попутним автотранспортом.....	65
ВИСНОВКИ.....	69
Список використаних джерел.....	71

## ВСТУП

Актуальність обраної теми полягає в тому, що у наш час вимоги до структури торгівлі зростають у зв'язку з великим вибором асортименту, а також впровадженням в торгівлю досягнень науково-технічного прогресу, розширенням території виробництва, розвитком і покращенням матеріально-технічної бази торгівлі, що потребує більш глибокий аналіз.

Одна з найважливіших сфер діяльності являється торгівля, в ній перетинаються інтереси багатьох галузей, підприємств і населення.

Нині підприємства втілюють свою діяльність в різних сферах і галузях економіки, вони можуть займатися як одним видом діяльності, так і декількома. Саме підприємства формують, продають товари, здійснюють послуги або інші види комерційної діяльності. Все це значить, що підприємство є первісним, головною ланкою загального виробництва.

На сьогоднішній день у розвитку національної економіки вже стає актуальним введення нових для економіки методів товаропросування.

В умовах розвитку ринкової економіки важливе значення для постачальників стають проблеми збутової стратегії та роботи ефективної збутової мережі.

Предметом роботи є дослідження систем товаропросування.

Тому, об'єктом діяльності являється організації ТОВ «Юніто Техальянс».

Об'єктом даного аналізу є торговельне підприємство -ТОВ «Юніто Техальянс». Організаційно-правова форма підприємства – товариство з обмеженою відповідальністю. Підприємство розташовано у м. Одесі, вул. Паркова 5а.

Торговельне підприємство розпочало свою діяльність з 1998 року. Основний вид діяльності - роздрібна торгівля непродовольчими товарами, спеціалізується на продажу допоміжних деталей для виробництва. Основною

метою підприємства є отримання прибутку, а також задоволення запитів споживачів.

Головна мета розвитку торгівельної галузі полягає в удосконаленні товаропросуванні, забезпечення платоспроможного попиту для підприємств та послугами в широкому асортименті, активному просуванні нових товарів на внутрішній ринок Української економіки.

Відповідно до теми роботи були поставлені наступні завдання:

- розглянути основні проблеми організації торгівлі на підприємстві;
- показати специфіку торгівлі;
- розробити методи щодо удосконалення організації торгівлі на підприємстві.

Для розкриття цієї теми в якості теоретичної і методологічної основи вивчення широко використовувались праці та навчальні посібники авторів з проблем товаропросування в сучасному маркетингу, проводився аналіз законодавчих актів, і оцінювалися конкретні результати діяльності сучасних підприємств

## ВИСНОВКИ

Кожен вироблений товар повинен бути доставлений до місця продажу і запропонований покупцеві. Реалізація цього завдання передбачає систему певних дій із застосуванням відповідних інструментів, що одержало назву дистрибуції товарів або (у вітчизняній науці і практиці) товаропросування.

Товаропросуванням у маркетингу називають систему заходів, що забезпечує постачання товарів до місць продажу у визначеній кількості і часі з максимально високим рівнем обслуговування покупців. Товаропросування - це своєрідна діяльність з планування, перетворення в життя і контролю за фізичним переміщенням продукції від місць її виробництва до місць продажу з метою задоволення потреб споживачів із вигодою для виробників.

Система товаропросування включає такі маркетингові заходи як транспортування, складування товарів, зберігання за відповідним терміном, приймання та обробку замовлень. Тому суть системи товаропросування полягає у координованому переміщенні товарів через перелічені елементи, ефективному виконанні завдань і функцій ними

Основною метою даної роботи є розробка заходів щодо вдосконалення товаропросування ТОВ «Юніто Техальянс».

Для досягнення поставленої мети в роботі проведено аналіз існуючої системи товаропросування в ході якого виявлено такі результати:

- ситуація свідчить про зниження ефективності діяльності підприємства, що ще раз підтверджує необхідність розробки заходів щодо підвищення ефективності товароруку.

- проведений у розділі 2 аналіз показав, що на підприємстві спостерігається стійка динаміка зростання товарообігу. Як вже зазначалося, доставка продукції проводиться напряму від виробника до покупця в різних куточках країни.

У даній роботі пропонується скоротити транспортні витрати підприємства за рахунок організації доставки товарів споживачам власними силами та за рахунок використання послуг попутного перевезення товарів

Таким чином, виручка від реалізації роздрібного відділу в м. Одесі зросте на 154 тис. грн., що забезпечить приріст прибутку у розмірі 18,4 тис. грн. на рік. Проекти не потребують капітальних витрат.

Запропоновані заходи забезпечать скорочення показнику транспортних витрат у розрахунку на 1 грн. вартості поставок

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Літвінова В. О. Тенденції розвитку підприємств сфери послуг в Україні // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. праць; за ред. М. І. Зверькова (голов. ред.) та ін. (ISSN 2313-4569). – Одеса: Одеський національний економічний університет. – 2017. – № 1 (62). – С. 77-83.
2. 92. Літвінова В. О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів торговельного підприємства // Проблеми системного підходу в економіці. – Випуск 2 (58). – 2017. – С. 78-82.
3. 93. Літвінова В. О., Літвінов О. С. Визначення рівня економічної безпеки підприємства аналітико-графічним методом // Науковий вісник. – №10(218). – 2014. – С. 94–102.
4. 94. Літвінова В.О. Методичні та методологічні особливості дослідження рівня конкурентоспроможності продукції // Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможності підприємств: монографія / за ред. Проф.. О.Г. Якногого. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2017. – С. 277-284.
5. 95. Літвінова В.О., Грінченко Р.В. Підвищення ефективності використання товарних запасів торговельного підприємства// Проблеми системного підходу в економіці: зб. наук. праць. –

15. Київ: Національний авіаційний університет. – 2017. – Вип. 2. – No 58. – С. 78–83.
16. Конкуреноспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: монографія
17. Потенціал і розвиток підприємства. А.Л. Сабадирьова, Т.В. Куклінова, Бабій О. М.
18. Вплив тарифної політики на конкуреноспроможність підприємств міського господарства. О.М. Бабій,
19. Економічне обґрунтування розміру прибутку в тарифах на пасажирські автотранспортні перевезення. О.М. Бабій, К.Х. Сербінова
20. Вісник соціально-економічних досліджень, 13-18. Джерела фінансування оновлення основних виробничих фондів на промислових підприємствах
21. Залучення інвестиційних ресурсів підприємствами шляхом виходу на фондові ринки. О.М. Бабій. Одеський державний економічний університет. 2009
22. Управління вартістю в інтеграційних процесах. Т.М. Гамма, О.М. Бабій,
23. Одеський національний економічний університет. Комплексна оцінка рівня використання персоналу промислових підприємств
24. О.М. Бабій, С.М. Цуркан. 2016. Управління вартістю підприємства
25. О.М. Бабій, В.С. Малишко, Г.О. Пудичева. Одеський національний економічний університет
26. Голошубова Н.О. Організація торгівлі: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. К.: Книга, 2004.-560 с.
27. Організація торгівлі: Підручник; 2-ге вид., перероб. та доп./ за редакцією В.В. Апопія. Київ: Центр навчальної літератури, 2005.- 616 с.
28. Давтян В. Лояльність клиента: мифы и реальность// Маркетинг и реклама. -- 2006, № 6 (118). -- С. 36-43.
29. Вінницький М., Малюк А. Стратегічні інновації в побудові регіональних продажів// КиєвоМогилянська Бізнес Студія. -- 2007. -- № 7. -- С. 56-67.



30. еоретичні основи конкурентної стратегії підприємства [Текст] : монографія / За заг. ред. д-ра екон. наук, професора Іванова Ю.Б., д-ра екон. наук, професора О.М. Тищенко. - Х. : ІНЖЕК, 2006. - 384 с.
31. Ковальська Л.Л., Чужкова О.Ю., Підходи до сутнісної характеристики товаропостачання у торгівлю. - ЛНТУ, 2009.
32. Виноградська А.М. Комерційна діяльність торговельного підприємства: Навч. посіб. -К.: Київ 2005. - 278 с.
33. Фесюк В.А. Товаропостачання торговельних підприємств: Підручник. - К.:КНТЕУ, 2003. - 158 с.
34. Гончар Л.А. Організація торгівлі. Конспект лекцій. - Д.: Видавництво ДУЕП, 2004. - 120 с.