

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності

РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 076 «підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

за освітньою програмою

«Економіка підприємства та організація підприємницької діяльності»

на тему: «УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ У
ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»

Виконавець:

студент факультету ФЕУП

Моторний Максим Олексійович

(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

(науковий ступінь, вчене звання)

Орленко Ольга Михайлівна

(прізвище, ім'я та по батькові)

/підпис/

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

У поточних умовах діяльність компаній вимагає безперервного адаптування процесів збуту продукції. Ефективна система збуту дає можливість підприємству успішно реалізовувати товари, підтримувати конкурентоспроможність і забезпечувати фінансову стабільність. В останні роки відбуваються значні зміни у сфері торгівлі, зокрема активний розвиток цифрових технологій, зростання популярності онлайн-продажів та зміна поведінки споживачів. У зв'язку з цим підприємства змушені переглядати свої збутові стратегії та адаптуватися до нових умов.

Також посилюється конкуренція між компаніями, що спонукає їх шукати більш ефективні методи організації збуту. Використання сучасних технологій, автоматизація продажів і використання нових маркетингових підходів допомагають підвищити ефективність підприємства та збільшити його доходи. Аналіз споживчих вподобань має велике значення, оскільки він допомагає формувати оптимальні пропозиції для клієнтів.

Дослідження механізмів управління збутом допомагає підприємствам знайти оптимальні шляхи розподілу товарів, мінімізувати витрати та покращити якість обслуговування споживачів, а також сприяє реалізації сучасних інформаційних систем у сфері збуту дає змогу швидше реагувати на зміни ринку та ефективніше працювати з клієнтами.

Отже, тема дослідження є актуальною, оскільки дозволяє розглянути сучасні підходи до організації збуту, визначити основні проблеми, з якими стикаються підприємства, та знайти способи їх вирішення. Вивчення цього питання сприятиме кращому розумінню принципів управління збутовими процесами та їх впливу на діяльність підприємства.

Метою роботи є дослідження системи збуту на ПАТ «Одескабель» та розробка рекомендацій щодо її вдосконалення.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі **завдання**:

- ✓ проаналізувати сутність та значення системи збуту в діяльності підприємства;
- ✓ розглянути основні моделі каналів збуту та методики оцінки їх ефективності;
- ✓ дослідити сучасні тенденції розвитку збутових систем;

- ✓ охарактеризувати поточний стан ПАТ «Одескабель»;
- ✓ здійснити аналіз техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель»;
- ✓ оцінити ефективність його збутової системи підприємства та виявити проблемні складові;
- ✓ запропонувати шляхи вдосконалення системи збуту, за рахунок удосконалення рекламної політики підприємства;
- ✓ розробити заходи щодо налагодження промоційного партнерства.

Об'єктом дослідження є процес удосконалення системи збуту продукції на ПАТ «Одескабель».

Предмет дослідження – механізми організації та управління збутом продукції підприємства, їх ефективність та можливості вдосконалення.

Методи дослідження включають аналізу та синтезу, індукції та дедукції, SWOT-аналіз, порівняльний аналіз та прогнозування.

Інформаційною базою дослідження є офіційні звітні документи ПАТ «Одескабель», аналітичні матеріали, публікації в наукових виданнях, законодавчі та нормативні акти, а також інформаційні ресурси з мережі Інтернет.

Практичне значення отриманих результатів полягає у можливості використання запропонованих заходів для підвищення ефективності збутової системи підприємства, що сприятиме покращенню фінансових показників та посиленню ринкових позицій ПАТ «Одескабель».

Структура роботи включає вступ, три розділи, висновки, список використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 88 сторінок, містить 13 таблиць та 18 рисунків. Список використаних джерел налічує 62 джерела.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

- ✓ У першому розділі **«Теоретичні основи організації системи збуту продукції»** розглянуто сутність та значення системи збуту в діяльності підприємства; проаналізувати сутність та значення системи збуту в діяльності підприємства; основні моделі каналів збуту та методики оцінки їх ефективності; сучасні тенденції розвитку збутових систем;
- ✓ У другому розділі **«Аналіз системи збуту ПАТ «Одескабель»** проаналізовано поточний стан ПАТ «Одескабель»; здійснено аналіз техніко-економічних показників діяльності ПАТ «Одескабель»; оцінено ефективність збутової системи підприємства та виявити проблемні складові;
- ✓ У третьому розділі **«Напрями удосконалення системи збуту на ПАТ «Одескабель»** запропоновано шляхи вдосконалення системи збуту, за рахунок удосконалення рекламної політики підприємства та за рахунок налагодження промоційного партнерства.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дозволило зробити висновки, основні з яких такі:

1. Система збуту є невід'ємною частиною господарської діяльності підприємства, оскільки вона забезпечує доведення продукції до кінцевого споживача. Ефективна організація збуту дозволяє підвищити рівень продажів, збільшити дохідність і посилити конкурентоспроможність компанії. Збутова діяльність охоплює логістику, комунікації, маркетинг і взаємодію з партнерами. Рационально побудована збутова система забезпечує ефективне реагування на зміни ринку та споживчого попиту.

2. Канали збуту можуть бути прямими або опосередкованими, що визначає рівень контролю підприємства над процесом продажів. Вибір моделі залежить від типу продукції, цільової аудиторії та стратегічних цілей компанії. Для оцінки ефективності збуту застосовуються кількісні показники (обсяг продажів, рівень покриття ринку) та якісні (задоволення клієнтів, лояльність). Аналіз каналів збуту дає змогу виявити сильні сторони, усунути вузькі місця та підвищити результативність збутової політики.

3. Сучасні системи збуту активно інтегрують цифрові технології, що дозволяє автоматизувати процеси продажів і краще комунікувати з клієнтами. Особливе значення мають електронна комерція, CRM-системи та омніканальні підходи. Зростає роль персоналізованого обслуговування та швидкої доставки, що формує нові стандарти клієнтського сервісу. Підприємства, що впроваджують інновації у збут, отримують конкурентні переваги на динамічному ринку.

4. ПАТ «Одескабель» – одне з провідних підприємств в Україні з виробництва кабельно-провідникової продукції. Компанія пропонує широкий асортимент товарів для різних галузей: енергетики, будівництва, телекомунікацій. Продукція сертифікована за міжнародними стандартами, що сприяє експорту та довірі споживачів. Висока якість, технологічні інновації та гнучкість виробництва є ключовими перевагами підприємства.

5. Техніко-економічні показники підприємства свідчать про стабільну динаміку розвитку, проте спостерігається певне зниження ліквідності у

2023 році. Незважаючи на зростання виручки у попередні роки, зменшення коефіцієнтів ліквідності може вказувати на потребу в оптимізації фінансового управління. Показники швидкої та абсолютної ліквідності нижчі за нормативні, що знижує фінансову гнучкість компанії. Для забезпечення стабільності необхідно підвищити ефективність використання оборотних активів.

6. Аналіз системи збуту ПАТ «Одескабель» виявив, що основним каналом залишаються оптові продажі через дистриб'юторів. Однак існує потреба в розширенні каналів, зокрема в напрямку прямих онлайн-продажів. Проблемними зонами залишаються недостатня гнучкість у реагуванні на запити клієнтів та обмежене використання цифрових інструментів збуту. Удосконалення логістики та посилення маркетингової підтримки можуть суттєво підвищити результативність системи збуту.

7. Рекламна політика підприємства потребує оновлення з урахуванням сучасних каналів комунікації, таких як соціальні мережі, контекстна реклама та відеоконтент. Створення унікального бренду та позиціонування продукції може підвищити рівень довіри споживачів. Важливою умовою ефективної реклами є її спрямованість на конкретні сегменти ринку. Зростання обізнаності про продукцію ПАТ «Одескабель» сприятиме розширенню клієнтської бази та підвищенню обсягів продажів.

8. Партнерство з будівельними компаніями, монтажними організаціями та провайдерськими компаніями може значно зміцнити позиції підприємства на ринку. Промоційні програми, спільні акції та участь у виставках створюють додаткову вартість для клієнтів і партнерів. Розбудова довготривалих зв'язків з ключовими гравцями ринку дозволяє збільшити стабільність продажів. Такий підхід сприяє формуванню позитивного іміджу підприємства та зміцненню ділової репутації.