

**Міністерство освіти і науки України  
Вінницький національний технічний університет  
Факультет менеджменту та інформаційної  
безпеки**

**Кафедра ММЕ**

**Тема: «Управління та організація ефективної  
рекламно-збутової діяльності підприємства(на  
прикладі приватного акціонерного товариства  
«Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»»»**

**Виконала:**

**Студентка 2 курсу гр. МОз-16м**

**Тисячук І. О.**

**Керівник: д.е.н., професор Карачина Н. П.**

<b>Мета роботи</b>	Метою дипломної роботи є дослідження теоретичних та методичних засад управління ефективною збутовою діяльністю і пошук шляхів її удосконалення на основі аналізування збутової діяльності підприємства.
<b>Завдання роботи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- розкрити теоретичні основи збутової діяльності підприємств та особливості управління нею в сучасних умовах господарювання;</li> <li>- визначити основні функції управління збутовою діяльністю;</li> <li>- проаналізувати стан управління ефективною збутовою діяльністю на ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар»</li> <li>- оцінити ефективність системи збуту та просування продукції досліджуваного підприємства;</li> <li>- виявити напрямки вдосконалення управління збутовою діяльністю підприємства.</li> </ul>
<b>Об'єкт дослідження</b>	Об'єктом дослідження є процес управління ефективною збутовою діяльністю підприємства.
<b>Предмет дослідження</b>	Предметом дослідження роботи є теоретико-методичні та прикладні засади управління ефективною збутовою діяльністю підприємства на прикладі ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар».
<b>Наукова новизна одержаних результатів</b>	<p>Наукова новизна одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретичних положень та методичних рекомендацій щодо удосконалення системи управління збутовою діяльністю:</p> <p><i>удосконалено:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– класифікацію функцій управління збутовою політикою, що, на відміну від існуючих класифікацій, включає мотивацію збуту (стимулювання працівників служби збуту, навчання і розвиток збутового персоналу, застосування методів стимулювання збуту), що має важливе значення для оцінки ефективності збутової діяльності підприємства за виконанням її функцій;</li> <li>– організаційні аспекти оцінювання збутової діяльності, а саме алгоритм послідовності оцінки ефективності збутової діяльності підприємства, що на відміну від існуючих положень, включає відповідні етапи, які забезпечують якість проведення аналізу, визначають пріоритетні напрями його проведення.</li> </ul>



Збут:

В широкому розумінні – це процес, що охоплює всі операції, починаючи з виходу виробу за межі підприємства-виробника та закінчуючи переданням товару покупцеві.

В вузькому розумінні – безпосереднє спілкування продавця й покупця.

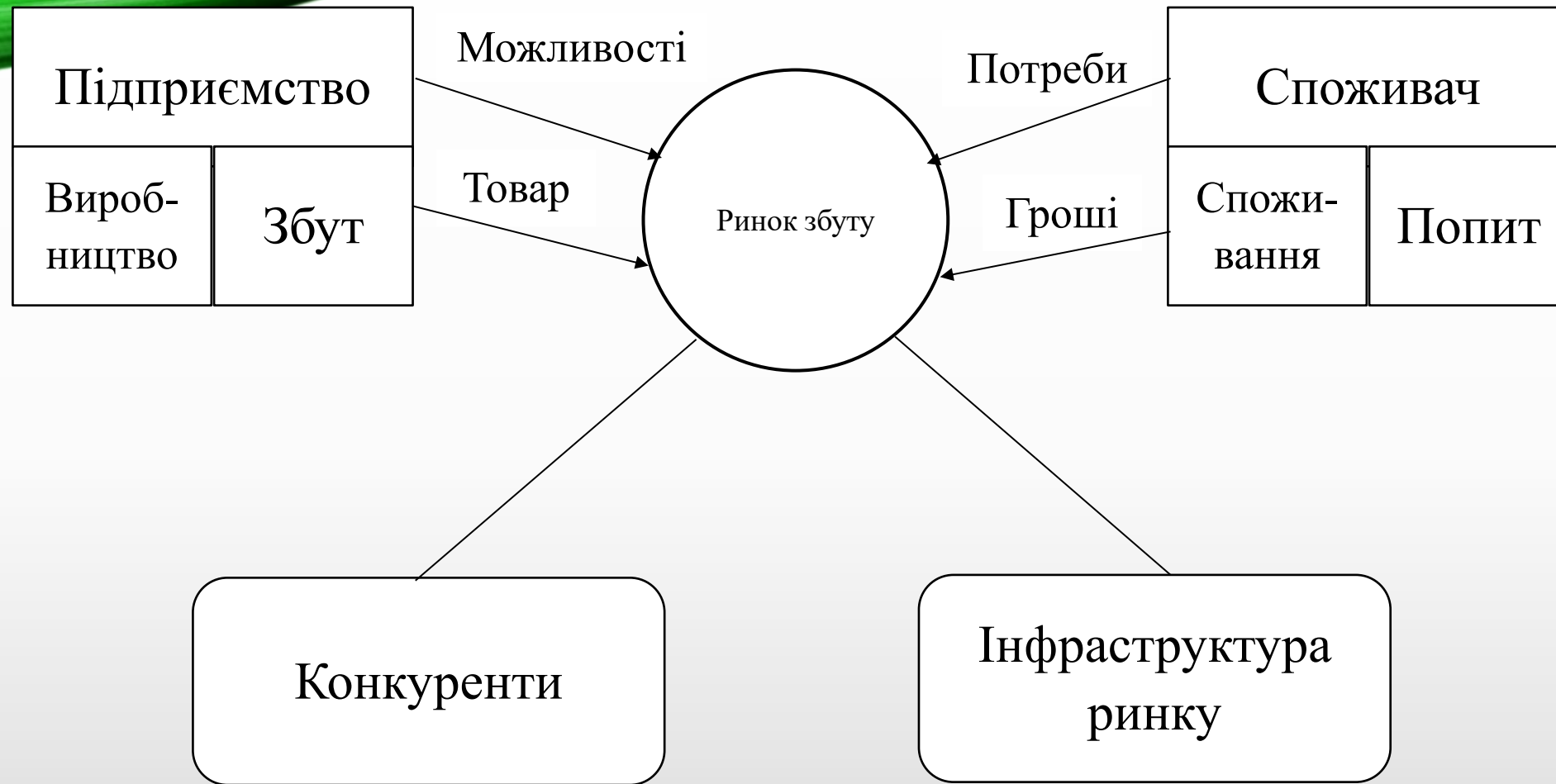


Рисунок 1 – Взаємодія суб'єктів маркетингової системи на ринку збуту

# Таблиця 1 – Характеристика каналів збуту

№	Назва каналу	Характеристичне означення збутового каналу
1	Прямі контракти	Передбачає безпосередню реалізацію продукції від виробника до споживача без використання торгової площі
2	Виставкова торгівля	Передбачає одноразову чи періодичну реалізацію продукції виробником безпосередньо споживачу в рамках виставки
3	Фірмові магазини	Передбачає облаштування магазину із товаром одного виробника на засадах оренди чи викупу приміщення
4	Електронна торгівля	Передбачає наявність віртуальної торгової площі (інтернет-сайту), цілодобову роботу та доставку продукції згідно із електронним замовленням
5	Посилкова торгівля	Передбачає доставку продукції безпосередньо споживачеві поштою чи іншими організаціями, що забезпечують таку доставку
6	Комісіонер	Збутовий посередник, що провадить діяльність від свого імені, але за рахунок та за дорученням виробника (посередника), отримуючи при цьому винагороду
7	Брокер	Торговий посередник, що забезпечує та сприяє укладенню угод між виробником (посередником) і споживачем та отримує за це винагороду
8	Агент	Фізична чи юридична особа, яка здійснює діяльність від імені підприємства та за його рахунок
9	Дилерські мережі	Мережі фізичних чи юридичних осіб, що виконують посередницькі функції за свій кошт і від власного імені
10	Дистриб'юторські мережі	Мережі юридичних чи фізичних осіб, яким надаються переважні чи виключні права на реалізацію продукції виробника на обумовленій території на обумовлений період часу за власний кошт, але від імені виробника
11	Супермаркет	Різновид універсального магазину із системою самообслуговування та розвиненою інфраструктурою, площа якого від 400 м <sup>2</sup> і кількість асортиментних позицій продовольчих і непродовольчих товарів понад 2 000 од.
12	Гіпермаркети	Різновид універсального магазину із системою самообслуговування та розвиненою інфраструктурою, площа якого від 2500 м <sup>2</sup> і кількість асортиментних позицій продовольчих і непродовольчих товарів – понад 10 000 од.





Рисунок 2 – Типова структура управління збутом



Рисунок 3 – Модель оцінки ефективності управління збутовою діяльністю підприємства

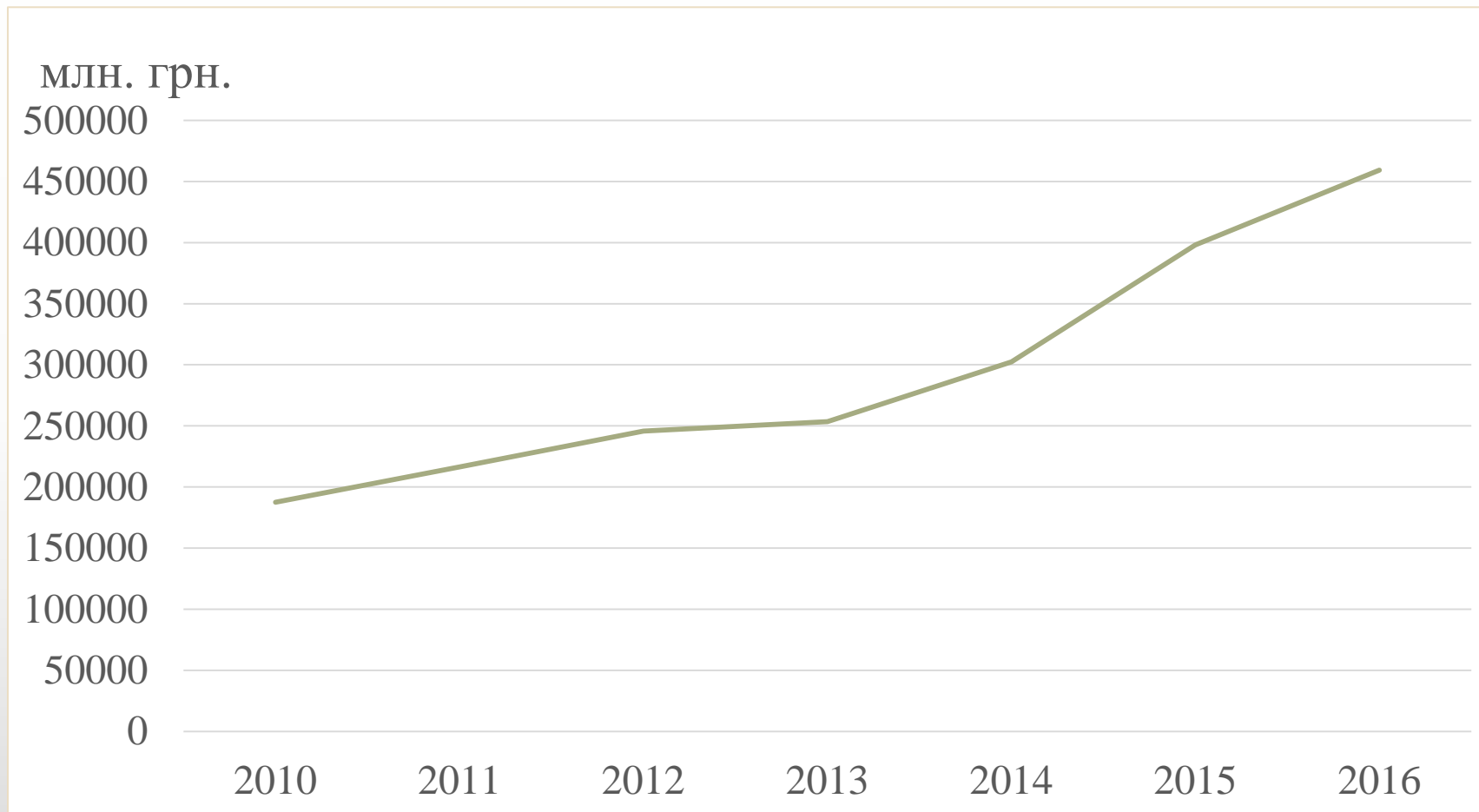


Рисунок 4 – Динаміка обсягів реалізації продукції харчової промисловості за 2010-2016 роки



Таблиця 2 - Динаміка зміни показників, які характеризують фінансовий-економічний стан підприємства ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» за 2014-2016 роки

Показники	Роки			Абсолютне відхилення, ±		Темп приросту, %	
	2014	2015	2016	3-2	4-3	(3/2*100-100)	(4/3*100-100)
1	2	3	4	3-2	4-3	(3/2*100-100)	(4/3*100-100)
Загальна вартість майна підприємства, тис. грн.	433533	471054	557626	37521	86572	8,65	18,38
Необоротні активи, тис. грн.	323613	299191	373695	-24422	74504	-7,55	24,90
Оборотні активи, тис. грн.	109920	171863	183931	61943	12068	56,35	7,02
Чистий дохід, тис. грн.	553478	661630	738572	108152	76942	19,54	11,63
Чистий прибуток, тис.грн	68724	75985	58786	7261	-17199	10,57	-22,63
Собівартість реалізованої продукції, тис.грн	440748	544527	635682	103779	91155	23,55	16,74
Коефіцієнт фінансової незалежності (автономності)	0,84	0,93	0,76	0,09	-0,17	10,71	-18,28
Коефіцієнт фінансової стійкості	0,87	0,93	0,76	0,06	-0,17	6,90	-18,28
Коефіцієнт фінансової залежності	1,19	1,07	1,32	-0,12	0,25	-10,08	23,36
Коефіцієнт фінансового ризику (фінансового левериджу)	0,20	0,07	0,32	-0,13	0,25	-65,00	357,14

Таблиця 3 - Обсяг виробництва та реалізації продукції на ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» за 2014-2016 рр.


Показник	Роки			Абсолютне відхилення		Темп приросту, %	
	2014	2015	2016	2015-2014	2016-2015	2015-2014	2016-2015
Виробництво продукції, тис. грн.	549871	658902,4	729573,3	109031,4	70670,9	19,83	10,73
Реалізація продукції, тис. грн.	553478	661006	738572	107528	77566	19,43	11,73
Коефіцієнт відповідності	1,006	1,003	1,012	0,99	1,1	-0,3	0,9
Середні залишки нереалізованої продукції, тис. грн.	-3607	-2103,6	-8998,7	1503,4	-6895,1	-41,7	327,8



Рисунок 4 - Організаційна структура управління ПрАТ «МЗМВ» «Оскар»

## Таблиця 4 – Показники ефективності збутової діяльності ПрАТ «МЗМВ «Оскар»

Показники	Роки			Відхилення від 2014 року, %	Відхилення від 2015 року, %
	2014	2015	2016		
1	2	3	4	5	6
Частка ринку за обсягом продажу, %	11,5	13,78	15,26	19,83	10,74
Питома вага чисельності працівників, які займаються збутом, %	1,6	1,6	1,6	0	0
Обсяг реалізації в розрахунку на одного працівника в системі збуту, тис. грн.	1404,77	1677,68	1874,55	19,43	11,73
Коефіцієнт оборотності товарних запасів	15,69	12,85	10,68	-18,10	-16,89
Тривалість обороту товарних запасів в днях, дн.	22,95	28,01	33,71	22,05	20,35
Валовий прибуток, тис. грн.	112730	117103	102890	3,88	-12,14
Рентабельність продажів, %	12	11	8	-8,33	-27,27
Рентабельність продукції, %	12,42	11,49	7,96	-7,49	-30,72
Співвідношення збутових витрат і обсягу продажу	0,02	0,02	0,02	0	0
Прибутковість вкладеного капіталу у вигляді збутових витрат, грн.	0,22	0,26	0,29	18,18	11,54



Система DRP є базою планування логістичних та маркетингових функцій, їх узгодження. Вона дає змогу з тим чи іншим ступенем вірогідності прогнозувати ринкову кон'юнктуру, оптимізувати логістичні витрати за рахунок скорочення транспортних витрат та витрат на товарорух.

CRM - це стратегія компанії, що визначає взаємодію з клієнтами у всіх організаційних аспектах: вона торкається реклами, продажу, доставки і обслуговування клієнтів, дизайну і виробництва нових продуктів, виписки рахунків і т. д.



Таблиця 5 – Прогнози по прибутковості продукції

Стаття	Сума, тис. грн.
Чистий дохід від реалізації	1350
Собівартість реалізованої продукції	(1000)
Адміністративні витрати	(22)
Витрати на збут	(18)
Інші операційні витрати	(15)
Прибуток до оподаткування	295
Податок на прибуток	(53,1)
Чистий прибуток	241,9

Таблиця 6 – План пропозицій, які необхідно впровадити на підприємстві ПрАТ «Моршинський завод мінеральних вод «Оскар» для покращення його збутової діяльності

Найменування та зміст заходу, що пропонується	Відповідальні за реалізацію заходу	Терміни виконання	Витрати, тис. грн.	Очікуваний прибуток, тис. грн.	Економічний ефект, тис. грн.
Впровадження системи планування розподілу DRP	Комерційний директор	6 місяців	11	12,4216	1,4216
Впровадження системи електронного обліку CRM	Комерційний директор	6 місяців	16	23,5	7,5
Впровадження нового виду продукції, а саме солодких мінеральних вод	Директор з виробництва	4 місяці	1328,1	1350	21,9



**ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!!!**