

АНОТАЦІЯ

Темою дипломної роботи є «Товарно-інноваційна політика підприємства (на прикладі ТОВ «Тернофарм»).

Актуальність теми засвідчується значними темпами розвитку фармацевтичної галузі України, зокрема, необхідністю забезпечення ефективної діяльності фірм-оптовиків, особливо цікавим є питання розробки заходів щодо вдосконалення збутової діяльності за умов жорсткої конкуренції і неплатежів або їх затримок у розрахунках між фірмами.

В дипломній роботі наведено теоретичні дані стосовно товарної інноваційної політики підприємства, процесу збуту товарів, розглянуто канали розподілу та функції, які вони виконують. Приведено теоретичні дані про визначення оптимального розміру замовлення, розробку системи товароруку та комплексу просування товарів.

В аналітичній частині проаналізовано існуючу систему збуту ПАТ «Тернофарм», дано опис товарного асортименту, визначено проблеми і можливості фірми за допомогою SWOT-аналізу, проведено прогноз продажів та аналіз показників реалізації, розроблена концепція збору первинної маркетингової інформації, проведено оцінку дослідження.

В проектній частині розроблено шляхи товарно-інноваційної політики підприємства ПАТ «Тернофарм». Зокрема, запропонована схема організації роботи відділу збуту, вибрано оптимальну інноваційну політику надання товарних кредитів із побудовою кредитної матриці та складанням кредитної історії клієнтів (credit scoring). Враховано проблему неплатежів і запропоновано варіант її розв'язання. Наведено основні заходи щодо удосконалення товарно-інноваційної та цінової політики фірми, розроблено комплекс стимулювання збуту, представлено поквартальний бюджет витрат для всього комплексу заходів вдосконалення системи збуту фірми.

ABSTRACT

Koval VM Commodity innovative policy of the enterprise (for example, "Ternopharm" Ltd.). - Manuscript.

Thesis specialty 8.18010012 "Management of innovative activity". - Ternopil Ivan Pul'uj National Technical University. - Ternopil, 2015.

Thesis on «Commodity innovative policy of the enterprise (for example, "Ternopharm" Ltd.)» is made in the context of the problems of research and study ways of improving commodity innovative policy of the company.

In the first part of the theoretical aspects of commodity marketing innovation and enterprise.

In the second part of the organizational structure and characteristics of the enterprise product portfolio describes and analyses marketing environment of enterprise, revealed the challenges and opportunities of the company, analysis of indicators of implementation, given the characteristics of the existing systems enterprise marketing, alternative solutions to the problem or implementation of marketing opportunities.

Project recommendation of dedicated grounding innovative ways of improving commodity innovative policy of the company. The problems of enterprise marketing system, developed optimal structure of Sales Department, selected the optimal policy of providing trade credit insurance schemes developed financial risks, improved product policy, price policy measures developed, formed a set of incentives, quarterly budget.

Special part contains measures designed to improve the safety, life safety and the environment at the company.