

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ІВАНА ПУЛЮЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ ТА ФІНАНСІВ**

МАКСИМЧУК СОЛОМІЯ ЯРОСЛАВІВНА

УДК 328

**ФІНАНСОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ПОЛІТИКОЮ
ПІДПРИЄМСТВА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА»)**

Спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»

**АВТОРЕФЕРАТ
дипломної роботи
на здобуття освітнього ступеня «магістр»**

Тернопіль – 2018

Роботу виконано на кафедрі економіки та фінансів Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України

Керівник роботи: кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів
Ціх Галина Володимирівна
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя;

Рецензент: кандидат економічних наук, доцент кафедри
промислового маркетингу
Шпилик Світлана Василівна,
Тернопільський національний технічний університет
імені Івана Пулюя;

Захист відбудеться 23 лютого 2018 р. об 10⁰⁰ годині на засіданні
екзаменаційної комісії № 55 у Тернопільському національному технічному
університеті імені Івана Пулюя за адресою: 46001, м. Тернопіль, вул. Білогірська,
50, навчальний корпус №10, ауд. 143

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми роботи. Збут у діяльності підприємства має велике значення, оскільки забезпечує зворотний зв'язок з ринком, надає підприємству інформацію про динаміку та структуру попиту, про зміни у потребах і бажаннях покупців. Обґрунтована збутова політика є необхідною умовою досягнення позитивних фінансових результатів, зміцнення фінансової самостійності та підвищення ділової активності підприємства.

У широкому розумінні збутова політика є як процесом розподілу виробленої підприємством продукції, так і процесом післяпродажного обслуговування.

У вузькому розумінні збутова політика - це сукупність взаємозв'язаних елементів збутової діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів шляхом оптимального використання збутового потенціалу підприємства і забезпечення на цій основі ефективності продажу. Основним призначенням збутової політики є організація оптимальної збутової діяльності для ефективного продажу продукції шляхом створення мережі точок збуту, складів проміжного зберігання, пунктів технічного обслуговування і виставкових залів, визначення маршрутів руху товарів, організації навантажувально-розвантажувальних робіт, забезпечення ефективного товаропросування.

Актуальність теми дослідження проектується на необхідність фінансово-організаційного забезпечення ефективної збутової політики одного із найбільших підприємств тернопільської області ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра»», що створить базис для фінансової стабільності у кризовому і післякризових періодах. Практика свідчить, що саме від ефективного функціонування збутової політики залежить, як лідируюче місце підприємства на конкуруючому ринку, так і добробут усіх верств населення та потужний економічний розвиток держави.

Цим питанням надавалася велика вага у дослідженнях таких вчених як Афанасьєва М. В., Балабанова, Л. В., Загородна О. М., Куденко Н. В., Мороз Л.Р., Павленко А. Ф. та інших. Ми спробуємо у роботі використати з користю для досліджуваного об'єкта методичні та прикладні напрацювання науковців.

Мета і завдання дослідження. Пошук шляхів фінансово-організаційного забезпечення ефективного управління збутовою політикою ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

Для досягнення поставленої мети було поставлено наступні завдання:

- розкрити сутність та значення збутової політики підприємства;
- висвітлити особливості формування ефективної збутової політики на підприємстві;
- визначити критерії та показники ефективної збутової політики підприємства;
- оцінити загальний стан підприємства;
- оцінити ефективність збутової діяльності підприємства за методом PEST-аналізу;
- за методом SWOT-аналізу визначити стратегічні аспекти розвитку збутової політики підприємства;
- виявити можливості удосконалення збутової політики на підприємстві;
- обґрунтувати пропозиції щодо запровадження на підприємстві системи стимулювання збуту з метою виходу на зарубіжні ринки світлотехнічної продукції;
- оцінити стан ринку світлотехнічної продукції;
- оцінити рівень конкуренції на ринку світлотехніки;
- обґрунтувати економічну ефективність запропонованих методів покращення збутової діяльності;
- розробити заходи з хорони праці та безпеки в надзвичайних ситуаціях досліджуваної організації.

Об'єктом дослідження є збутова політика ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

Предмет дослідження - теоретичні та практичні аспекти фінансово-організаційного забезпечення ефективного управління збутовою політикою підприємства.

Методи дослідження. В роботі використано наступні методи дослідження: метод SWOT-аналізу – для визначення найсуттєвіших шансів та загроз на основі сильних і слабких сторін підприємства; метод PEST-аналізу – для оцінювання політичних, економічних, технологічних та соціально-культурних чинників, які безпосередньо впливають на збутову діяльність підприємства; методи спостереження - при визначенні особливостей організації маркетингової діяльності на підприємстві; система показників для визначення фінансового стану підприємства; абстрактно-логічний метод для формування висновків та узагальнень стосовно напрямків покращення збутової політики на підприємстві.

Дослідження проводяться на базі виробника світлотехнічної продукції ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра», аналізуючи його практичну діяльність і здійснюючи розрахунки за результатами статистичної фінансової звітності.

Наукова новизна отриманих результатів містить у собі спроби із систематизації методів удосконалення збутової політики підприємства. У роботі узагальнено теоретико-методичні напрацювання щодо ефективного управління збутовою політикою підприємства; подано рекомендації щодо модернізації існуючого корпоративного сайту та запровадження на підприємстві SRM-системи з обслуговування клієнтів; запропоновано шляхи реорганізації відділу збуту підприємства.

Практичне значення дипломної роботи полягає у можливості ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» застосувати результати проведеного дослідження та розроблені рекомендації на практиці, що дозволить значно підвищити ефективність збутової політики підприємства.

Структура роботи. Дипломна робота магістра складається з вступу, 6-х розділів, висновків та пропозицій, загальним обсягом 126 сторінок, з них 23 таблиці і 12 рисунків, списку використаних джерел з 56 найменування; 6 додатків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **ВСТУПІ** подано загальну характеристику роботи: стан розробки наукової проблеми й актуальність роботи, мету і завдання роботи, об'єкт, предмет, описано наукову новизну і практичну значимість отриманих результатів.

У **першому розділі** «ТЕОРЕТИКО - МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ» міститься теоретична характеристика літературних джерел по досліджуваній темі, яка подається на основі новітніх теоретичних розробок, критичного аналізу різних точок зору на те чи інше питання та аргументацію думки автора.

Головним у теоретико-методичному розділі є глибоке вивчення теоретичних напрацювань з обраної теми і розкриття змісту проблеми в теоретичному аспекті.

У даному розділі здійснений аналіз теоретичних основ організації збутових політики, уточнено понятійний апарат сфери формування політики розподілу продукції підприємства, обґрунтовано підходи до вибору фінансово-організаційної системи управління збутом та досліджено вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, як головних чинників формування ефективної збутової діяльності досліджуваного підприємства.

Аналіз теоретичних джерел дав можливість систематизації основних методів організації збуту продукції та оптимізації структури розподільчих каналів підприємства на промисловому ринку; обґрунтування процесу аналізу інфраструктури та визначення базових чинників впливу ринкових факторів на ефективність провадження маркетингових заходів досліджуваного підприємства.

У **другому розділі** «АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФІНАНСОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА» проведено аналіз збутової діяльності досліджуваного підприємства, проаналізовано основні фактори впливу внутрішнього і зовнішнього середовища на діяльність підприємства, їхні сильні та слабкі сторони а також загрози та можливості.

Завдання роботи було реалізовано на основі проведених досліджень, метою яких було вивчення впливу різних факторів на збутову політику досліджуваного підприємства та аналізу ефективності збутової політики ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра». В роботі проаналізовано фактори мікро- та макро середовища діяльності підприємства, виявлено загрози та можливості для нормального функціонування системи збуту. Проведений аналіз показав, що найбільш впливовими є такі фактори: політико-правовий; економічний; конкурентне середовище; споживчі кола.

На основі аналізу впливу факторів ринкового середовища описано альтернативні шляхи подолання проблеми зниження рівня збутової діяльності, сформульовано мету дослідження та здійснено збір інформації для вирішення даної проблеми. Це дозволило виявити, що однією з основних проблем ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» є відсутність чіткої організації політики збуту та проінформованості споживачів про переваги даної торгової марки і прихильності до неї. Це стосується також підприємств-конкурентів.

Метод PEST-аналізу показав, що у ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» сильних сторін більше ніж слабких, проте можливостей менше ніж загроз. Тому, на даному етапі розвитку для підприємства актуальною є стратегія посилення позицій на ринку та формування конкурентних переваг.

Також, метод SWOT- аналізу показав що, до загроз ефективного функціонування підприємства відносяться:

- нестабільність економічного та політичного середовища;
- несприятлива зміна курсу іноземної валюти, зокрема курсу EURO;
- недобросовісна робота державних контролюючих органів;
- законодавчі вимоги (високі митні ставки);

До можливостей впровадження ефективної збутової політики ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» можна віднести:

- збільшення темпів будівництва;
- посилення контролю Кабінетом Міністрів за будівництвом;
- розширення асортименту продукції, щоб задовольняти більше потреб клієнтів;
- ринок світлотехнічних виробів в Україні на сьогодні є не значним;

До сильних сторін підприємства відносять:

- цінові переваги;
- виробництво унікального за своїми характеристиками товару;

До слабких сторін розвитку ефективної збутової діяльності досліджуваного підприємства відносяться:

- наявність застарілого обладнання;
- недостатність грошей на фінансування необхідних змін у збутовій стратегії;
- відсутність кваліфікованого менеджменту;
- застарілий асортимент продукції;
- погано налагоджена система збуту та зростання конкуренції.

Розгляд сильних та слабких сторін збутової діяльності досліджуваного підприємства дозволив сформувати комплекс стратегічних рішень, спрямованих на створення більш ефективної збутової політики, а саме:

- Визначення основних сегментів ринку та регіонів продажу на яких планує функціонувати підприємство та активна орієнтація на них.
- Створення матеріального і морального стимулювання робітників збутового апарату.
- Залучення нових клієнтів.
- Забезпечити зростання прибутку та зменшення витрат на виробництво.
- Організація системи взаємодії підрозділів між собою.
- Навчання робітників збутових служб нових прийомів та методів збуту, підвищення рівня кваліфікації персоналу.

- Посилення контролю за діяльністю дистриб'юторів та дилерів. Не допустити повну залежність від покупців, появу ексклюзивних посередників які мають виключні права на придбання всієї продукції. В зв'язку з цим мати кілька посередників по всіх видах товарів.

Впровадження цих мір дозволить підприємству успішно інтегруватися в ринкове середовище.

У **третьому розділі «НАПРЯМИ ТА ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «ОСП КОРПОРАЦІЯ «ВАТРА»** враховуючи вище проведені теоретичні і практичні дослідження, запропоновано підприємству ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» розмежувати різні заходи збутової діяльності за цільовою аудиторією компанії. Важливим моментом для покращення діяльності ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» є врахування нових можливостей отримання прибутку за допомогою активного стимулювання продажу послуг, які має можливість надавати підприємство.

Було винесено пропозиції щодо покращення організації роботи, насамперед, всередині самого підприємства, шляхом передання обов'язків різним відділам та стимулювання власного персоналу.

При виході на міжнародний ринок незамінною буде допомога маркетингових агентств у впровадженні системи стимулювання збуту. Проте, маркетингове агенство необхідно дуже ретельно обирати та проводити тісну співпрацю з ним на всіх етапах роботи. Покращена система стимулювання збуту ТОВ «ОСП Корпорація Ватра» дозволить значно покращити репутацію серед клієнтів не тільки вітчизняного ринку, а й серед іноземних клієнтів, в свою чергу це приведе до значного збільшення прибутків підприємства.

У **четвертому розділі «СПЕЦІАЛЬНА ЧАСТИНА»** встановлено, що у період з 2014-2017 роки ринок світлотехніки стрімко почав розвиватися. Це зумовлено вкладенням інвестицій у будівництво, що з 2014 року поступово почали збільшуватися.

Було виявлено у довгостроковій перспективі збільшення частки виробництва з 1 відсотка до 5 відсотків від загального світового виробництва. Збільшення українського ринку світлотехнічної продукції буде складати 28-48% на рік. До 2030 року частка світлодіодів складе 90% за видами використання джерел освітлення.

Дані тенденції розвитку галузі призведуть до переходу будівельно-монтажних та проектних організацій на використання світлодіодного освітлення. Отже, для підприємства покращення тенденцій ринку дасть можливість розширити напрямки освітлення. Проте це має і негативний вплив на збутову політику організації, оскільки збільшиться кількість посередників на ринку світлотехніки.

Було виявлено, що до найбільших українських виробників промислових світильників та елементів освітлення на вітчизняному ринку відносять: ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра», Броварський світлотехнічний завод «Люмен», ТОВ «ПВФ Електросвіт», «Компанія «Вітава», завод «Євролайт», ПАТ «Іскра» та ТОВ «Шредер».

Тому, конкуренція на ринку світлотехнічних виробів є досить значною і має тенденцію до постійного збільшення визначаючи пріоритети його функціонування та розвитку.

У **п'ятому розділі «ОБГРУНТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ»** запропоновано модернізація корпоративного сайту, запровадження нових технологій в сфері збуту, реалізація заходів по підвищенню ефективності наявних ресурсів та можливостей, навчання торгового персоналу, реалізація ефективного комплексу маркетингових комунікацій, удосконалення структури управління даним процесом та правильно побудована схема просування товарів підприємства. Для більшої практичної значимості даного дослідження було проаналізовано збутову політику конкретного підприємства - ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» а також було проведено аналіз підприємства з визначення його сильних і слабких сторін в сфері збутової політики.

Було розроблено ряд комплексних рекомендацій, щодо удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

Такими рекомендаціями є :

1. Запровадження системи електронного обліку та обслуговування клієнтів(CRM).
2. Реорганізація відділу збуту ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».
3. Модернізація наявного корпоративного сайту підприємства.

Економічна ефективність від введення CRM-системи буде визначатися збільшенням кількості клієнтів та збуту продукції від 50% до 100%; від організації відділу збуту до 50%, та від модернізації корпоративного сайту від 50% до 100%.

При цьому обрахований економічний ефект не враховує, збільшення обсягів збуту від покращення інших аспектів маркетингової діяльності, що буде мати місце на практиці. Мова йде і про репутацію фірми і про посилення інформаційного охоплення і про територіальну розширеність границь збутової діяльності досліджуваного підприємства.

У шостому розділі «ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ» було виявлено, що за охорону праці на підприємстві відповідає інженер та керівник з охорони праці. В їхні обов'язки входить:

- проведення систематичного інструктажу з питань охорони праці;
- проведення навчання для персоналу підприємства з питань охорони праці;
- нагляд за дотриманням персоналом всіх інструкцій з питань охорони праці;
- періодичне оновлення нормативних документів охорони праці;
- складання звітів про травматизм на підприємстві та інші посадові обов'язки

передбачені чинним законодавством України та внутрішніми документами ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

На ТОВ «Ватра» створюються робочі групи по дослідженню стійкості, зокрема:

- група комунально-енергетичних мереж, яка складається з 5-6 чоловік і старшим групи являється головний механік;
- група управління виробництвом, яка складається з 3-5 людей, старшим являється керівник виробничого відділу;
- група по перевірці будівель і споруд, яка складається з 5-6 людей, старшими виступають керівник відділу капітального будівництва і заступник директора з капітального виробництва;
- група матеріально-технічного постачання і транспорту, складається з 3-5 людей, старшим виступає заступник директора по МТП, а організовує роботу групи головний інженер.
- матеріально-технічною постачання (МТП) і транспорту (3 - 5 чоловік);

Аналіз стійкості роботи ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» показав, що заходи по забезпеченню сталості роботи підприємства перш за все спрямовані на захист працівників.

ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» - одне з найбільш спеціалізованих підприємств з виробництва світлотехнічної продукції. ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» відносять до хімічно небезпечного об'єкту, тому що на підприємстві досить у великих кількостях використовують різні види небезпечних хімічних сполук.

ВИСНОВКИ

Завдання дипломної роботи полягало в оцінці потенційних можливостей збуту продукції ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» на ринку світлотехніки Тернопільської області та формування ефективної збутової системи підприємства. Аналіз був здійснений на основі методів SWOT-аналізу та PEST-аналізу, метою яких було вивчення загроз та можливостей, сильних та слабких сторін підприємства.

У роботі наведено нове вирішення проблеми щодо комплексного підходу до організації збутової діяльності і засобів стимулювання продаж продукції ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» в умовах розвитку кризових явищ в економіці країни.

1. Для здійснення теоретичного аналізу літературних напрацювань, у першому розділі роботи було подано основні принципи організації збутової політики в сучасних умовах господарювання, уточнено понятійний апарат сфери формування політики розподілу продукції

підприємства, обґрунтовано підходи до вибору фінансово-організаційної системи управління збутом та досліджено вплив зовнішніх і внутрішніх факторів, як головних чинників формування ефективної збутової діяльності досліджуваного підприємства.

2. Завдання роботи було реалізовано на основі проведених досліджень SWOT-аналізу та PEST-аналізу, метою яких було аналіз ефективності збутової політики ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра». В роботі проаналізовано фактори мікро- та макро середовища діяльності підприємства, виявлено його ринкові проблеми та можливості. Проведений аналіз показав, що найбільш впливовими є такі фактори: політико-правовий; економічний; конкурентне середовище; споживчі кола.

3. На основі аналізу впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища запропоновано підприємству ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» розмежувати різні заходи збутової діяльності за цільовою аудиторією компанії. Важливим моментом для покращення діяльності ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» є врахування нових можливостей отримання прибутку за допомогою активного стимулювання продажу послуг, які має можливість надавати підприємство. Також запропоновано пропозиції щодо покращення організації роботи, насамперед, всередині самого підприємства, шляхом передання обов'язків різним відділам та стимулювання власного персоналу.

4. Було прогнозовано у довгостроковій перспективі збільшення частки виробництва з 1 відсотка до 5 відсотків від загального світового виробництва., зростання українського ринку світлотехнічної продукції на 28-48% на рік., до 2030 року частка світлодіодів складе 90% за видами використання джерел освітлення.

Для підприємства покращення тенденцій ринку дасть можливість розширити напрямки освітлення. Проте це має і негативний вплив на збутову політику організації, оскільки збільшиться кількість посередників на ринку світлотехніки.

Тому, конкуренція на ринку світлотехнічних виробів є досить значною і має тенденцію до постійного збільшення визначаючи пріоритети його функціонування та розвитку.

5. Проаналізовано, що найбільшими конкурентами ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра» є ЗАТ Світлотехніка (м. Запоріжжя), Броварський світлотехнічний завод ЗАТ «Люмен» та компанія Нордкліфф (Вінниця).

Найвідомішими брендами є, Osram, Philips General Electric, Stucchi, Fagerhult, Plexiform, Beggelli, Rosa, Elkamet, Lena, Radium, Vossloh Schwabe, PROECO.

6. Було запропоновано модернізація існуючого корпоративного сайту ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра», запровадження нових технологій в сфері збуту, реалізація заходів по підвищенню ефективності наявних ресурсів та можливостей, навчання торгового персоналу, реалізація ефективного комплексу маркетингових комунікацій, удосконалення структури управління даним процесом та правильно побудована схема просування товарів підприємства. Для більшої практичної значимості даного дослідження було проаналізовано збутову політику конкретного підприємства - ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра», а також було проведено аналіз підприємства з визначення його сильних і слабких сторін в сфері збутової політики.

7. Було розроблено ряд комплексних рекомендацій, щодо удосконалення збутової діяльності підприємства ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

Такими рекомендаціями є :

1. Запровадження системи електронного обліку та обслуговування клієнтів(CRM).

2. Реорганізація відділу збуту ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

3. Модернізація наявного корпоративного сайту підприємства.

8. Економічна ефективність від введення CRM-системи буде визначатися збільшенням кількості клієнтів та збуту продукції від 50% до 100%; від організації відділу збуту до 50%, та від модернізація корпоративного сайту від 50% до 100%.

При цьому обрахований економічний ефект не враховує, збільшення обсягів збуту від покращення інших аспектів маркетингової діяльності, що буде мати місце на практиці. Мова йде і про репутацію фірми і про посилення інформаційного охоплення і про територіальну розширеність границь збутової діяльності досліджуваного підприємства.

9. Розділ «ОХОРОНА ПРАЦІ ТА БЕЗПЕКА В НАДЗВИЧАЙНИХ СИТУАЦІЯХ » містить матеріали, щодо основних тенденцій організації охорони праці зважаючи на галузеву приналежність ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».

10. Дипломна робота містить перелік основних принципів формування заходів безпеки на підприємстві у разі виникнення надзвичайних ситуацій.

Перелік згідно ДСТУ ГОСТ 7.1:2006

1. Максимчук С. Активізація інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств в контексті євроінтеграційних процесів / Соломія Максимчук, Сергій Радинський // Матеріали IV міжнародної науково-практичної конференції „Теоретичні та прикладні аспекти розвитку економіки“, 21-22 травня 2014 року — Т. : ТНТУ, 2014 — С. 37-40. — (Секція 1. Актуальні проблеми теорії і практики фінансів, обліку та контролю).

2. Максимчук С. Оцінка розвитку інноваційної діяльності ПАТ КБ «ПриватБанк» / Максимчук Соломія, Панухник Олена // Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції Формування механізму зміцнення конкурентних позицій національних економічних систем у глобальному, регіональному та локальному вимірах“, 22-24 вересня 2016 року — Т. : Крок, 2016 — С. 175-177. — (Парадигми посилення інноваційної та інвестиційної конкуренції економічних систем в національній та міждержавній площинах).

АНОТАЦІЯ

Максимчук С.Я. Фінансово-організаційне забезпечення ефективного управління збутовою політикою підприємства (на прикладі ТОВ «ОСП Корпорація «Ватра».— Рукопис. Дослідження на здобуття освітнього рівня «Магістр» спеціальності 8.03050801 «Фінанси і кредит». — ТНТУ ім. І. Пулюя. — Тернопіль, 2018.

Роботу присвячено питанням фінансово-організаційного забезпечення збутової діяльності підприємства, яке займається виготовленням і реалізацією світлотехніки.

За допомогою методів SWOT-аналізу та PEST-аналізу визначено рівень ефективності збутової політики виробника на території України та за її межами. Запропоновано комбінацію різних стратегій розвитку збуту при визначених внутрішніх та зовнішніх умовах впливу та аналізі сильних та слабких сторін підприємства. Розглянуто наукові підходи до створення ефективної збутової політики. Запропоновано теоретичне бачення реалізації збутової політики через забезпечення фінансово-організаційної функції відділу збуту. Здійснено аналіз показників впливу на результат фінансово-господарської діяльності підприємства. Дано загальну оцінку стану фінансово-організаційного забезпечення досліджуваного підприємства. Запропонована модернізація корпоративного сайту, реорганізація відділу збуту, та введення SRM системи електронного ведення клієнтів. Визначено напрями активізації збутової діяльності на вітчизняних та закордонних ринках світлотехніки.

Ключові слова: збут, збутова політика, розподіл, канал розподілу, ринок світлотехніки, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, місія підприємства, корпоративний сайт підприємства, CRM-система.

ANNOTATION

Research reveals the question of financial and organizational support of the effective management of marketing policy at the enterprise engaged in electrical appliances production and marketing.

The level of marketing policy effectiveness of the enterprise at domestic Ukrainian and overseas markets was defined by means of SWOT-analysis and PEST-analysis. When defining strong and weak sides of enterprise, a combination of different development strategies was suggested. Science-based methods of effective marketing policy creation were reviewed. Theoretical vision of marketing policy realization through financial and organizational function of marketing department providing was suggested. The level of influence onto financial and productive activities of the enterprise was analysed. Generalized assessment of financial and organizational management of the estimated enterprise was given. The following was suggested: company website updating, marketing

department reorganization and CRM system implementation. Course of marketing development at domestic and overseas markets of electrical appliances was determined.

Key words: marketing, marketing policy, segregation, channel of segregation, electrical appliances market, SWOT-analysis, PEST-analysis, enterprise mission, company website, CRM-system.