Міністерство освіти і науки України

Тернопільський НАЦІОНАЛЬНИЙ технічний Університет імені Івана Пулюя

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ

**Волянський андрій іванович**

**ПЕРСПЕКТИВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПРИВАТНОГО ПІДПРИЄМСТВА «ДКС-МОНОЛІТ»**

спеціальність 075 «Маркетинг»

галузь знань07 «Управління та адміністрування»

**Автореферат**

наукової роботи на здобуття кваліфікації «магістр»

Тернопіль

2018

|  |  |
| --- | --- |
| Роботу виконано на кафедрі промислового маркетингу Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя Міністерства освіти і науки України | |
| **Керівник роботи:** | кандидат економічних наук, доцент  **Рожко Наталія Ярославівна** Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,  доктор економічних наук, професор, заступник декана факультету економіки та менеджменту з наукової роботи та міжнародної діяльності |
| **Рецензент:** | **Мариненко Наталія Юріївна,**  Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя |

Захист відбудеться «20» лютого 2018 року о 10:00 годині на засіданні екзаменаційної комісії кафедри промислового маркетингу факультету економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету ім.. І. Пулюя за адресою: м. Тернопіль, вул. Білогірська, 50, навчальний корпус № 10.

Науковий керівник к.е.н., доц. Рожко Н.Я.

**ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ**

***Актуальність теми.*** У більшості випадків виробництво і споживачі продукції не співпадають ні в часі, ні в просторі. Тому якими б різноманітними споживацькими властивостями не володів готовий продукт, на реальний комерційний успіх фірма може розраховувати тільки за умови раціонально організованого розподілу продукту і його обміну, тобто збуту, мета якого задоволення людських потреб.

Процес обміну вимагає роботи. Тому, хто хоче продавати, необхідно шукати покупців, виявляти їх потреби, володіти відповідними товарами, просувати їх на ринок, складати, перевозити, домовлятися про ціни і т.д.

Актуальність досліджуваної у дипломній роботі проблеми недосконалої збутової політики підприємств на прикладі ПП «ДКС-Моноліт», її теоретичне і практичне значення обумовили вибір теми дослідження, ціль та зміст.

***Мета і завдання дослідження.*** Метою дипломної роботи є дослідження збутової політики ПП «ДКС-Моноліт» на основі маркетингу і виявлення напрямів її вдосконалення.

Виходячи з поставленої мети, у роботі сформульовано і вирішено наступні завдання:

- досліджено теоретико-методичні аспекти збутової політики;

- визначено сутність, специфіку і проблеми управління збутовою політикою підприємств сьогодення;

- проаналізовані ринки діяльності ПП «ДКС-Моноліт», здійснено моніторинг факторів впливу на збутову політику;

- досліджено маркетингову збутову політику підприємства у сучасних умовах;

- виявлено напрями вдосконалення управління збутовою політикою ПП «ДКС-Моноліт» на основі маркетингу.

***Об’єкт дослідження*** - маркетингова діяльність ПП «ДКС-Моноліт».

***Предметом дослідження*** є збутова політика ПП «ДКС-Моноліт».

***Методи дослідження.*** Теоретичною і методологічною основою дослідження є наукові розробки вітчизняних і закордонних вчених з проблем маркетингу, менеджменту, стратегічного управління, законодавчі і нормативні акти України, роботи фахівців по досліджуваній темі.

Методичною базою дослідження є системний підхід, що забезпечує комплексне дослідження управління збутовою політикою підприємств. В процесі дослідження, обробки й аналізу інформації використовувалися методи соціологічних досліджень (опитування й спостереження), традиційні методи і прийоми економічного аналізу (табличний, графічний, порівняння, індексний, групування), економіко-математичні методи, метод експертних оцінок. Обробка даних здійснювалася з використанням сучасних комп’ютерних технологій.

***Наукова новизна*** отриманих результатів полягає у розроблені теоретико-методичних положень та пропозиції щодо вдосконалення збутової політики даного підприємства. Основні положення дипломної роботи винесені на захист полягає в наступному:

- уточнено поняття збутової політики підприємства, її роль та значення для підприємства;

- розроблено пропозиції по вдосконаленню збутової політики ПП «ДКС-Моноліт»;

- досліджено економічну ефективність підприємства та обґрунтована динаміка показників збуту та загалом.

Запропоновано використання нових заходів маркетингової політики збуту, а саме, впровадження електронної системи CRM, покращення співпраці з клієнтами, реорганізація відділу збуту з урахуванням сучасних тенденцій формування організаційних структур, стимулювання збуту новітніми методами та джерелами.

***Практичне значення*** дипломної роботи полягає у комплексному аналізі збутової політики ПП «ДКС-Моноліт» та виявлення перспективних напрямів її вдосконалення. Практичне значення мають визначення збутових позицій підприємства; дослідження маркетингової збутової політики підприємства, оцінка ефективності управління збутом товарів, аналіз внутрішнього потенціалу підприємства, запропоновані збутові стратегії і тактичні заходи щодо їх реалізації.

***Апробація результатів дипломної роботи.*** Основні положення дослідження доповідалися й обговорювалися на 2 науково-практичних конференціях: ІІІ Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України» (м. Харків, ХНАДУ, 2017р.), VIII регіональній науково-практичній інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ, 2017р.).

***Публікація.*** За результатами дослідження опубліковано 2 публікації загальним обсягом 6 др. арк.

***Структура роботи.*** Дипломна робота складається з вступу, 7-ми розділів, висновків, загальним обсягом 93 сторінки основного тексту, а також 25 таблиць і 12 рисунків на 18 сторінках, списку використаних джерел з 45 найменувань і 2 додатків (обсягом 2 сторінки).

**ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ**

**У вступі** визначено актуальність та рівень дослідження теми, визначено методи дослідження та подано наукову новизну отриманих результатів.

**В теоретико-методичному розділі** розглянуто сутність та складові маркетингової збутової політики, досліджено поняття, методи та канали збуту, оцінки ефективності діяльності та резерви покращення збуту на підприємстві.

**В аналітико-дослідницькому розділі** приведено аналіз і оцінювання збутової політики ПП «ДКС-Моноліт» також розглянуто маркетингові характеристики комерційної діяльності і виконано аналіз фінансового стану підприємства.

ПП «ДКС-Моноліт» почало свою роботу у 2006 році. На сьогодні є офіційним дистриб’ютор газобетонних блоків ТМ «Стоунлайт» (виробництво м. Бровари) та товарів TM «Ceresit»  по Тернопільській, Львівській, Хмельницькій та Івано-Франківській областях України.

**Проектно-рекомендаційний розділ** присвячено розробці комплексу маркетингових заходів з метою вдосконалення діяльності підприємства та обґрунтування комерційної ефективності проекту, розглянуто пропозиції щодо удосконалення збутової політики досліджуваного підприємства і запропоновано удосконалення організації маркетингової діяльності на підприємстві. ПП «ДКС-Моноліт» успішно працює на ринку, але для покращення ринкових позицій, зростанню конкурентних переваг було запропоновано ряд заходів, які стосуються збутової політики досліджуваного підприємства, а саме:

- запровадження системи електронного обліку та обслуговування клієнтів, а саме CRM;

- перетворення структурного підрозділу як спосіб реорганізації відділу збуту ПП «ДКС-Моноліт».

Запропоновані вище заходи допоможуть вдосконалити збутову політику підприємства, ефективніше досягти як соціальних так і економічних цілей, розвинути більш масштабнішу та прибутковішу діяльність.

**Спеціальний розділ** присвячено огляду нормативно-правової бази маркетингової діяльності підприємства.

В процесі свого функціонування ПП «ДКС-Моноліт» керується значною кількістю законів і інших-правових актів. Декотрі з них загальні, і стосуються діяльності всіх підприємств незалежно від виду діяльності, а інші – спеціалізовані, і регулюють діяльність виключно того чи іншого підприємства. Незважаючи на всю чисельність законів підприємству доводиться пристосовуватись до вже діючих, а інколи й нових законів, адже при функціонуванні у правовій державі це основний принцип господарської діяльності.

В **розділ «Обґрунтування економічної ефективності»** доведено доцільність впровадження запропонованих маркетингових заходів.

В розділі **«Охорона праці в галузі»** досліджено особливості реалізації заходів з охорони праці на досліджуваному підприємстві.

У ПП «ДКС-Моноліт» навчання та інструктаж працівників з питань охорони праці є складовою частиною системи управління охороною праці підприємства і проводиться з усіма працівниками в процесі їх трудової діяльності.

**Розділ «Безпека в надзвичайних ситуаціях»** присвячено забезпеченню електробезпеки користувачів персональних комп’ютерів.

**У загальних висновках щодо дипломної роботи** описано прийняті теоретичні основи збутової політики, оцінено якість існуючої системи на підприємстві і розроблено дієві заходи по вдосконаленню збутової діяльності організації.

**ВИСНОВКИ**

У дипломній роботі досліджено перспективні шляхи вдосконалення збутової політики приватного підприємства «ДКС-Моноліт». Результати нададуть можливість підвищити ефективність збутової політики, покращити фінансове становище та роботу підприємства загалом.

З проведеного дослідження випливає наступне: щоб ПП «ДКС-Моноліт» працювало на ринку і було конкурентоспроможним для цього необхідно вводити зміни у збутову політику. Прогрес не стоїть на місці. Якщо підприємство не почне наздоганяти новітні тенденції розвитку, то може втратити свою конкурентоспроможність на сучасному ринку.

Отже, можна зробити висновок, що є потреба у введені таких проектів для вдосконалення збутової політики, а саме:

- запровадження системи електронного обліку та обслуговування клієнтів, а саме CRM;

- перетворення структурного підрозділу як спосіб реорганізації відділу збуту ПП «ДКС-Моноліт».

Впровадження таких змін у роботу підприємства надасть можливість ефективно здійснювати збутову діяльність та покращити збутову політику, а від так зайняти вищі позиції на сучасному ринку.

**СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ АВТОРОМ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ РОБОТИ**

1. Волянський А.І. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств /А. І. Волянський, Н. Я. Рожко //Матеріали ІІІ Всеукраїнській науково-практичній конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Сучасні напрямки розвитку економіки і менеджменту на підприємствах України» (м. Харків, ХНАДУ, 14 грудня 2017р.).

2. Волянський А.І. Основні засади збутової політики торговельних підприємств України /А. І. Волянський, Н. Я. Рожко //Матеріали VIII регіональній науково-практичній інтернет-конференції молодих вчених та студентів «Маркетингові технології підприємств в сучасному науково-технічному середовищі» (м. Тернопіль, ТНТУ, 20 грудня 2017р.).

**АНОТАЦІЯ**

***Волянський А.І. Перспективні шляхи вдосконалення збутової політики приватного підприємства «ДКС-Моноліт».***

Дослідження на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістра за спеціальністю 075 «Маркетинг» – Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя. – Тернопіль, 2018.

Досліджена діюча практика вдосконалення збутової політики та впровадження сучасних ефективних методів збуту (на прикладі ПП «ДКС-Моноліт»). Проаналізована і оцінена збутова діяльність підприємства.

Робота пройшла апробацію на підприємстві «ДКС-Моноліт», де підтвердили практичну цінність окремих положень дослідження.

Ключові поняття: збут, збутова політика, стимулювання збуту, канали та методи збуту.

**SUMMARY**

***Voljanskyi A.I. Perspective ways to improve the sales policy of the private enterprise "DKS-Monolit".***

Research on achievement of Master Degree on speciality 075 "Marketing" - Ternopil National Technical University named after Ivan Puluj. - Ternopil, 2018.

The current practice of improving marketing policy and introducing modern effective sales methods (for example, PP "DKS-Monolit") have been explored. The sales activity of the enterprise has been analyzed and estimated.

The approbation of the work at the company "DKS-Monolith" has confirmed the practical value of individual research principles.

Key concepts: sales, sales policy, sales promotion, channels and sales methods.