

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЖИТОМИРСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Соціально-психологічний факультет
Кафедра менеджменту і адміністрування

Допущено до захисту
зав. кафедри менеджменту і адміністрування
_____ к.е.н., доц. Карпюк О.А.

ВИПУСКНА РОБОТА

на тему: «Удосконалення управління системою стимулювання збуту на
підприємстві»
(на матеріалах ТОВ «Дельта Текс»)

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр
за професійним спрямуванням 6.030601 «Менеджмент»

Виконала

студентка 41 групи
напряму підготовки
6.030601 «Менеджмент»
Дацюк Аліна Валеріївна

Науковий керівник

кандидат економічних наук
Кащук Катерина Миколаївна

Житомир-2016

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ..... | 5 |
| 1.1. Суть, принципи і методи управління збутовою діяльністю підприємства..... | 5 |
| 1.2. Типи й етапи збутової діяльності для підприємств..... | 11 |
| 1.3. Особливості організації збутової діяльності в сучасних умовах господарювання..... | 18 |
| 1.4. Методи підвищення ефективності управління збутовою діяльністю підприємства..... | 28 |
| РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ТА НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ТОВ «ДЕЛЬТА ТЕКС» | 40 |
| 2.1. Організаційно-економічна та фінансова характеристики ТОВ «Дельта Текс»..... | 40 |
| 2.2. Організація збутової діяльності та просування продукції підприємства ТОВ «Дельта Текс»..... | 44 |
| 2.3. Напрями вдосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Дельта Текс»..... | 66 |
| 2.4. Застосування системи стратегічного управління збутовою діяльністю на ТОВ «Дельта Текс» | 72 |
| ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ | 82 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 84 |
| ДОДАТКИ | |

ВСТУП

В сучасних умовах вже недостатньо просто виготовити хорошу річ, встановити на неї ціну і доставити на ринок. Посилення конкуренції потребує від виробника створювати і реалізовувати не лише нові товари, а й використовувати нові способи та засоби стимулювання покупців. Фірма, яка хоче досягти більше, ніж випадковий продаж, повинна розвивати власну програму маркетингових комунікацій.

Стимулювання збуту, як одна зі складових частин даної програми, являє собою різноманітні спонукальні засоби покликані прискорити та збільшити продаж окремих товарів або послуг споживачам або дилерам, тобто спрямовані на посилення відповідної реакції ринку. Вони прямо стимулюють купівельну активність споживачів, роботу дистриб'юторів і торгового персоналу. Стимулювання збуту включає в себе: заохочення споживачів; заохочення роздрібних продавців; заохочення ділових партнерів і торгових агентів.

Останнім часом, у зв'язку зі зниженням купівельної спроможності українських споживачів, які почали віддавати перевагу більш дешевому одягу, загострилася конкуренція між основними «джинсовими» брендами. Загострення конкурентної боротьби проявляється у проведенні заходів з цінового та нецінового стимулювання збуту. Особливої популярності набули великі знижки (понад 20%) та акції з подарунками. Посилення активності конкурентів, також, проявляється в агресивній рекламній активності, що сприяє збільшенню частки на ринку джинсового одягу України.

Виходячи з цього, метою випускної роботи є розроблення стратегії стимулювання збуту для ТМ «Colin's». Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

1. Аналіз попередньої маркетингової діяльності мережі магазинів «Colin's».
2. Виявлення мотивів цільових споживачів.

3. Визначення ситуацій споживання.
4. Виявлення заходів, що стимулюють покупку.
5. Визначення цінової диференціації на ринку джинсового одягу

Об'єкт дослідження роботи – процес розроблення системи стимулювання збуту ТОВ «Дельта Текс».

Суб'єкт дослідження - ТОВ «Дельта Текс», яке представлено на ринку ТМ «Colin's», споживачі джинсового одягу та інші виробники джинсового одягу, представлені під торговими марками «Lee Cooper», «Levi's», «Gloria jeans».

Предмет дослідження – система стимулювання збуту підприємства ТОВ «Дельта Текс».

Методологія дослідження. У випускній роботі використовується кількісний та якісний методи аналізу даних. Інформаційною базою дослідження виступають: результати опитування галузевих експертів; дані, внутрішня документація компанії, як то технічна, економічна, маркетингова тощо; періодичні загальноекономічні видання та електронні засоби інформації, в т.ч. електронні версії періодичних видань, спеціалізовані портали, веб-сайти конкурентів.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що проведене маркетингове дослідження дасть змогу розробити стратегію стимулювання збуту джинсового одягу для ТМ «Colin's». Робота має практичне значення та буде розглядатися для практичного втілення на підприємстві.

ВИСНОВКИ

В результаті проведення SWOT-аналізу можна сказати, що ТОВ «Дельта Текс» має такі сильні сторони як значна ширина й глибина асортименту джинсового одягу, високий рівень сервісного обслуговування та високий рівень дистрибуції для даного ринку. Компанія має можливості для покращення своїх позицій на ринку. Сприятливе податкове середовище та кадровий потенціал дозволяють організувати власне виробництво на території України.

Серед загроз варто звернути увагу на активізацію конкурентного середовища, що разом із внутрішніми проблемами формують слабкі сторони підприємства (недостатньо розвинена система збуту і просування; слабка маркетингова складова в управлінні підприємством; авторитарний тип менеджменту).

Таким чином для ТОВ «Дельта Текс» сформована наступна маркетингово-управлінська проблема – визначення оптимальної стратегії стимулювання збуту.

За результатами маркетингового дослідження було виявлено основні передумови покупки джинсового одягу, позиції основних торгових марок на ринку, найбільш дієві інструменти зі стимулювання збуту, пріоритетні канали продажу тощо. Зокрема, в ході дослідження стало відомо, що близько 81% респондентів купують джинсовий одяг, тобто можемо говорити про масштаби та потенціал ринку. Пріоритетними місцем покупки джинсового одягу залишаються ринки. Також варто відмітити зростання ролі Інтернет - маркетингу для реалізації джинсового одягу.

Щодо пріоритетних інструментів стимулювання збуту, то все ж таки домінують знижки, що зумовлено як зниженням купівельної спроможності населення так і соціально-культурними факторами.

В ході написання випускної роботи було вирішено наступні завдання:

1. Проведено аналіз попередньої маркетингової діяльності мережі

магазинів «Colin's».

2. Виявлено мотиви цільових споживачів.
3. Визначено ситуації споживання.
4. Розроблено заходи, що стимулюють покупку.

За результати проведено дослідження було розроблено систему стимулювання збуту. Розраховано економічну ефективність наступних акцій: «Знижки за кількість покупок», «Сезонні знижки», «Знижки на набори товарів», «Знижки у визначені години роботи магазину», «Програми бонусів», «Принеси свої старі джинси та отримай знижку на купівлю нових».

Таким чином, запропоновані акції в рамках розроблення системи стимулювання збуту покращать, в першу чергу, маркетингову діяльність підприємства, а також дозволять отримати позитивний економічний ефект.

З точки зору періоду окупності та значення вартості цінного контакту найбільш ефективною акцією є сезонні знижки. Тому для даного інструменти приділити якомога більше уваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. – СПб.: Питер, 1999. – с. 239
2. Армстронг Г., Котлер Ф. Маркетинг. Загальний курс, 5 видання.: Пер. з англ.: Уч. пос. – М.: Видавничий дім «Вільямс», 2001. – с. 310
3. Балабанова Л.В. Маркетинг. 2-ге видання, перероблене і доповнене. – К.: «Знання-Прес», 2004. – с. 634
4. Белявский И.К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз: Уч. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2002. – с. 320
5. Ванчикова Е.Н. Маркетинговые исследования. Учебное пособие. – Улан-Удэ- 2005. – с. 160
6. Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика: Навч. посібник – К.: Вища школа, 1994. – с. 327
7. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория методология и практика. – М.: Издательство «Финпресс», 1998.- с. 236
8. Зеркалов Д.В. Охорона праці в галузі: загальні вимоги. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: URL : <http://www.zerkalov.org/node/3001> - Назва з екрану.
9. Зозулёв А.В., Солнцев С.А. Маркетинговые исследования: теория, методология, статистика: Уч. пос. – М.: «Рыбари», К.: «Знання», 2008. – с. 642
10. Зозулёв А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект. – Харьков: Студцентр, 2005. – с. 328
11. Зозулёв А.В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия. – К: Центр учебной литературы, 2010. – с. 756
12. Зозулёв А.В. Поведение потребителей: Уч. пос.- К.: Знання, 2004. – 364с.
13. Зозулёв А.В. Сегментирование рынка: Уч. пос. – Харьков: Студцентр, 2003. – с. 230

14. Івашова Н.В. Особливості формування марочних стратегій промислових підприємств на українському ринку. // Маркетинг в Україні. - 2006 - №3(37).- с. 51
15. Кардаш В.Я. Маркетингова товарна політика: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 1997. — с. 156
16. Классика маркетинга/ Сост.: Энис Б.М., Кокс К.Т., Моква М.П.- СПб: Питер, 2001. – с. 752
17. Косенков С.І. Маркетингові дослідження. – К.: Скарби, 2004. – с. 464
18. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок. – М.: ООО «Изд-во АСТ», 2001. – с. 272
19. Котлер Ф., Маркетинг Менеджмента. – Спб: Питер КОМ, 1998. – с. 213
20. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Дж, Вонг В. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е изд. – М.; СПб.; К.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – с. 944
21. Котлер Ф. Управление маркетингом: Пер. с англ. – М.: Прогресс, 1980. – с. 233
22. Кубишина Н.С. Методика розробки стратегічного набору товарів на промисловому ринку. //Економічний вісник Національного технічного університету України “КПІ”.– К.: ЕКМО. - с. 171
- 23.Маркетингові дослідження. Навч.-метод. посіб. /за ред. А. Войчака – Київ.: КНЕУ, 2001. – с. 106
- 24.Нэреш К. Малхотра. Маркетинговые исследования. Практическое руководство.-М.:2002. – с. 957
- 25.Парсяк В.Н. Маркетинговые исследования. – К.: Наук. думка, 1995. – с. 145
- 26.Пащук О.В. Маркетингова політика ціноутворення. – Метод. посібник. – 2006.- с. 235
- 27.Полторак В.А. Маркетинговые исследования: методы и технологии. – Днепропетровск: Арт-Пресс, 1998. – с. 136

28. Портер М. Конкуренция: Учеб. пос.: Пер. с англ. – М.: Изд-ий дом «Вильямс», 2001. – с. 495
29. Портер М. Международная конкуренция. – М.: Международные отношения, 1993. – с. 896
30. Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – с. 314
31. Траут Дж. Новое позиционирование. – СПб.: Питер, 2000. – с. 192
32. Траут Дж., Райс Э. Маркетинговые войны. Юбилейное издание/ Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2008. – с. 304
33. Самуэльсон П. Энономика. – М.: НПО «Алгон», «Машиностроение», 1997.- с. 744
34. Старостіна А.О, Маркетингові дослідження: практичний аспект. – К.; М.; СПб.: Видав. дім «Вільямс», 1998. – с. 262
35. Старостіна А.О., Зозульов О.В. Маркетинг: Навч. посіб.- 3-тє вид., перероб. – К.: Знання, 2006. – с. 327
36. Фатхутдинов Р.А. Менеджмент конкурентоспособности товара. – М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1995.- с. 55
37. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Ученик. – М.: ЗАО Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – с. 640
38. Царьова Т.О. Підходи до аналізу поведінки промислових споживачів. // Маркетинг в Україні. - 2006 - №3(37).- с. 16
39. Черчилль Г. Маркетинговые исследования. – СПб.: Питер, 2001. – с. 752
40. Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика: Учебно - практическое пособие. 2-е изд., испр. и доп. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», Издательство «Гном-Прес», 1998. – с. 384
41. Брендовый одяг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://grand-stock.com/brendy.html> – Назва з екрану.
42. Важливі факти в житті COLIN'S [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://lesita.com.ua/?p=1249> – Назва з екрану.

43. В Україні падають обсяги продажів джинсового одягу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://www.business.ua/articles/companies/V_Ukraine_padayut_obemy_pro_dazh_dzhinsovoy_odezhdy-38636/ – Назва з екрану.
44. Джинси Коллінз (Collins) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://razuznai.ru/dzhinsy_kollinz_collins.html – Назва з екрану.
45. Засоби стимулювання збуту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://toplutsk.com/articles-article_425.html – Назва з екрану.
46. Звільнення легкої промисловості від податку на прибуток майже не дало результату - експерт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://economics.unian.net/ukr/detail/104338> – Назва з екрану.
47. Історія групи компаній EROGLU [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://clobber.com.ua/colins/15-set-magazinov-colins.html> – Назва з екрану.
48. Історія ТМ «COLIN'S» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://ikiev.ua/colins> – Назва з екрану.
49. Історія ТМ «COLIN'S» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://kharkov.karavan.com.ua/maghaziny/po-kateghorijam/colins> – Назва з екрану.
50. Історія ТМ «COLIN'S» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://clobber.com.ua/colins/15-set-magazinov-colins.html> – Назва з екрану.
51. Комунікативні характеристики системи стимулювання збуту на конкретних прикладах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://refs.co.ua/83518-Kommunikativnye_harakteristiki_sistemy_stimulirovaniya_sbyta_na_konkr-etnyh_primerah.html – Назва з екрану.
52. Контрафакт гуляє по краю [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL :

- http://www.dvaslova.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=3956&Itemid=43 – Назва з екрану.
- 53.Курси валют [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://24tv.ua/news/showTagNews.do?kursi_valyut&tagId=224 – Назва з екрану.
- 54.Модні джинси - Леві Страус Acne Jeans Бекхем [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://megasite.in.ua/22203-modni-dzhinsi-levi-strauss-acne-jeans-bekhem.html> – Назва з екрану.
- 55.Огляд ринку одягу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3351> – Назва з екрану.
- 56.Огляд ринку рітейлу одягу навесні 2012 р. в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://retai.net/articles/ukraine-group/ukrainian_mcm/10337/ – Назва з екрану.
- 57.Офіційний сайт EROGLU [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.eroglugroup.com.tr/en/temsil.html> – Назва з екрану.
- 58.Офіційний сайт ТМ «COLIN'S» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.colins.com.tr/russian> – Назва з екрану.
- 59.Представництва магазинів ТМ «Колісн» в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://shopaholic.com.ua/colins/> – Назва з екрану.
- 60.Підготовка кадрів для швейної промисловості – одне із головних завдань швейного кластера сьогодні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://library.tup.km.ua/dysk/2008/Ekonomist_2008_10_16-17.htm – Назва з екрану.
- 61.Плани українських ритейлерів на 2013 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://odres.livejournal.com/54269.html> – Назва з екрану.

62. Прибуток у галузях легкої промисловості звільняється від оподаткування податком на прибуток на 10 років [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://rss.novostimira.com/n_949918.html – Назва з екрану.
63. Посткризовий розвиток текстильної промисловості України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_2/Deyneko_211.htm – Назва з екрану.
64. Про Програму діяльності Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.uazakon.com/big/text703/pg3.htm> – Назва з екрану.2
65. Ринок джинсового одягу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : http://proua.info/index.php/2010-12-27-19-23-15/item/1075-ukrainskiy_rinok_odezhdy – Назва з екрану.
66. Система маркетингових комунікацій підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://books.efaculty.kiev.ua/mrk/3/t8/4.htm> – Назва з екрану.
67. Стимулювання збуту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://studentbooks.com.ua/content/view/390/44/1/1/> – Назва з екрану.т
68. Стимулювання збуту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://finance-dom.ru/marketing/78/378-stimulyuvannya-zbutu> – Назва з екрану.
69. Тенденції та перспективи ринку розвитку ринку брендового одягу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/16043/1/36-Chornopyska-244-249.pdf> – Назва з екрану.
70. Український ринок джинсового одягу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL : <http://www.advesti.ru/news/sled/1532006jeans/> – Назва з екрану.

71.Український ринок одягу [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
URL : http://proua.info/index.php/2010-12-27-19-23-15/item/1075-ukrainskiy_rinok_odezhdy – Назва з екрану.

72.Широкий крій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL :
<http://archive.kontrakty.ua/gc/2008/24/8-belye-odezhdy.html?lang=ua> –
Назва з екрану.

Шкідлива мода [Електронний ресурс]. – Режим доступу : URL :
<http://www.zid.com.ua/2012/07/shkidlyva-moda/?lang=uk> – Назва з екрану.