

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу  
КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

## Пояснювальна записка

до кваліфікаційної роботи  
бакалавра  
(освітньо-кваліфікаційний рівень)

на тему: «Оцінка ефективності маркетингової діяльності дистриб'ютора на ринку алкогольних напоїв (на матеріалах ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»)»

«Evaluation of the efficiency of the distributor's marketing activity in the market of alcoholic beverages (on the materials of LLC «ALKORESURY»)»

Виконав: студент 4 курсу,  
групи 4МР,  
спеціальності 075 «Маркетинг»  
(шифр і назва спеціальності)

Освітньо-професійна програма:  
«Маркетинг»

Самарська О.С.  
(прізвище та ініціали)

Керівник Набока Р.М.  
(прізвище та ініціали)

Рецензент Татаринцева О.С.  
(прізвище та ініціали)

# ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Освітньо-кваліфікаційний рівень бакалавр

Спеціальність 075 «Маркетинг»

Освітньо-професійна програма «Маркетинг»

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

В. о. завідувача кафедри

к.е.н., доц. Набока Р.М.

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 р.

## **ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ БАКАЛАВРА СТУДЕНТУ**

Самарській Оксані Сергіївні

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи: «Оцінка ефективності маркетингової діяльності дистриб'ютора на ринку алкогольних напоїв (на матеріалах ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»)»

керівник роботи к.е.н., доц. Набока Р.М.,

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом вищого навчального закладу від “25”01\_2021\_р. № 60-с

2. Строк подання студентом роботи 07.06.2021\_р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ» за період 2018-2020 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

Вступ

1. Теоретичні засади маркетингової діяльності дистриб'ютора

2. Оцінка ефективності маркетингової діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»

3. Обґрунтування заходів щодо підвищення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»

Спецчастина: охорона праці

Висновки та пропозиції

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

Ілюстративні матеріали на 5 сторінках

## 6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
<i>Консультант з охорони праці</i>	к.т.н., доцент С.І. Кузнецов		
<i>Консультант з використання ПЕОМ</i>	к.е.н., доцент Р.М. Набока		
<i>Консультант з нормоконтролю</i>	ст. викладач Т.В. Пацай		

7. Дата видачі завдання 25.01.2021 р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Термін виконання етапу роботи	Примітка
1.	Робота над теоретико-методичним розділом	до 28 лютого 2021 р.	Виконано
2.	Збір матеріалів для написання кваліфікаційної роботи	до 10 березня 2021 р.	Виконано
3.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	до 20 квітня 2021 р.	Виконано
4.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	до 20 травня 2021 р.	Виконано
5.	Робота над висновками і пропозиціями	до 22 травня 2021 р.	Виконано
6.	Робота над спецчастиною до кваліфікаційної роботи	до 25 травня 20201р.	Виконано
7.	Представлення завершеної роботи керівнику	до 30 травня 2021 р.	Виконано
8.	Отримання відзиву та рецензії	до 01 червня 2021 р.	Виконано
9.	Підготовка до захисту кваліфікаційної роботи	до 10 червня 2021 р.	Виконано
10.	Захист кваліфікаційної роботи	10 червня 2021 р.	За графіком

Студент \_\_\_\_\_ Самарська О. С.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

Керівник роботи \_\_\_\_\_ Набока Р. М.  
( підпис ) ( прізвище та ініціали )

## **ЗМІСТ**

<b>ВСТУП</b>	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДИСТРИБ'ЮТОРА</b>	7
1.1. Характеристика поняття «дистриб'юторська діяльність»	7
1.2. Роль маркетингу для підприємств сфери дистрибуційної торгівлі	15
1.3. Специфіка управління маркетинговою діяльністю торговельного підприємства	24
Висновки до розділу 1	34
<b>РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ» НА РИНКУ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ</b>	36
2.1. Сучасні тенденції розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні	36
2.2. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ» у контексті здійснення маркетингової діяльності	44
2.3. Оцінка ефективності маркетингової діяльності підприємства з використанням ПЕОМ	50
Висновки до розділу 2	55
<b>РОЗДІЛ 3. ОБГРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»</b>	57
3.1. Основні напрямки вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»	57
3.2. Розробка пропозицій щодо удосконалення збуту в системі маркетингових комунікацій підприємства	67
Висновки до розділу 3	72
<b>СПЕЦЧАСТИНА: ОХОРОНА ПРАЦІ</b>	74
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ</b>	82
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	88

## ВСТУП

На сьогоднішній день маркетингова діяльність має вагомий вплив на загальну конкурентоспроможність підприємства на ринку та виступає вагомим чинником при здійсненні діяльності підприємством.

Маркетингова діяльність являє собою творчу управлінську діяльність, завдання якої полягає в розвитку ринку товарів, послуг і робочої сили шляхом аналізу потреб споживачів, а також проведення практичних заходів для подальшого задоволення цих потреб. Завдяки маркетинговій діяльності визначається які саме кроки необхідно зробити, аби в кінцевому результаті задовольнити потреби споживача, на якого націлене підприємство.

Співвідношення потреб ринку та можливостей підприємства має визначати напрями розвитку, цілі, завдання та стратегії маркетингової та підприємницької діяльності. Маркетингова діяльність є рушійною силою, що має безпосередній вплив на загальну мету підприємства.

Затребуваність вивчення впливу маркетингового зовнішнього і внутрішнього середовища на діяльність підприємства, вивчення потреб цільових споживачів на попит реалізацію продукції, на стимулювання збуту, і вдосконалення сервісного обслуговування торговельного підприємства обумовлюється актуальністю вивчення і вдосконалення маркетингової діяльності підприємства, від ефективності якої залежить майбутнє компанії в цілому.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є дослідження ефективності маркетингової діяльності дистриб'ютора та розробка теоретичних і практичних рекомендацій щодо її підвищення.

Відповідно до поставленої мети визначені наступні завдання:

- розглянути сутність поняття «дистриб'юторська діяльність»;
- дослідити роль маркетингу для підприємств сфери дистрибуційної торгівлі;

- визначити особливості управління маркетинговою діяльністю торговельного підприємства;
- здійснити аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку алкогольних напоїв в Україні;
- надати організаційно-економічну характеристику ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ» у контексті здійснення маркетингової діяльності;
- здійснити оцінку ефективності маркетингової діяльності підприємства;
- обґрунтувати основні напрямки вдосконалення маркетингової діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ»;
- визначити доцільність реалізації запропонованих заходів.

Об'єктом дослідження є процес забезпечення ефективності маркетингової діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ».

Предметом дослідження є сукупність теоретичних, методичних і практичних аспектів підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства.

Теоретичною і методичною основою дослідження є законодавчі акти України, постанови уряду. У процесі написання кваліфікаційної роботи бакалавра досліджені праці провідних українських і зарубіжних спеціалістів в галузі управління маркетинговою діяльністю підприємств.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативні документи, монографії провідних вітчизняних вчених з питань ефективності маркетингової діяльності підприємства, а також використані дані електронних ресурсів мережі Інтернет, звітні дані щодо діяльності ТОВ «АЛКОРЕСУРСИ».

Кваліфікаційна робота бакалавра містить 16 таблиць, 2 рисунка, використано 42 джерела літератури. Обсяг роботи 91 сторінка.