

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ  
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

## **«СИСТЕМА СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА МОЖЛИВІ ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ »**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГр 19-1

Спеціальності 075 Маркетинг

*шифр і назва*

Гаркуша Віолетта Антонівна

*ПІБ*

Керівник: Овчаренко О.В., к.е.н., доц.

*прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання*

**Дніпро  
2023**

## АНОТАЦІЯ

*Гаркуша. В. А. Система стимулювання збуту продукції підприємства та можливі шляхи її вдосконалення.*

В кваліфікаційній роботі бакалавра розглянуто теоретико-методичні основи методів стимулювання збуту продукції підприємства, здійснено аналіз меблевого ринку України та аналіз існуючої системи стимулювання збуту продукції компанії «Artwood». З урахуванням специфіки продукції підприємства та конкурентних переваг запропоновано рекомендації щодо вдосконалення системи стимулювання збуту продукції, а саме: впровадження рекламних кампаній, просування через соціальні мережі та розробка особистого бренду.

**Ключові слова:** система стимулювання збуту, маркетингові заходи, вдосконалення системи стимулювання збуту.

## SUMMARY

*Garkuscha V. A. The system of stimulating the sale of the enterprise's products and possible ways of its improvement.*

In the bachelor's qualification work, the theoretical and methodological foundations of the methods of stimulating the sale of the company's products were considered, the analysis of the furniture market of Ukraine and the analysis of the existing system of stimulating the sale of the products of the "Artwood" company were carried out. Taking into account the specifics of the company's products and competitive advantages, recommendations are offered for improving the product sales promotion system, namely: implementation of advertising campaigns, promotion through social networks, and development of a personal brand.

**Keywords:** sales promotion system, marketing activities, improvement of the sales promotion system.

## ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ	
1.1 Стимулювання збуту в системі комунікацій підприємства.....	7
1.2 Основні методи стимулювання збуту продукції.....	16
1.3 Підготовка до стимулювання збуту.....	18
РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ «ARTWOOD»	
2.1 Загальна характеристика підприємства.....	20
2.2 Характеристика основних видів продукції.....	22
2.3 Існуюча система стимулювання збуту продукції компанії «Artwood»....	23
2.4 Основні показники господарської діяльності компанії «Artwood».....	25
2.5 Аналіз ринку, на якому діє підприємство.....	26
2.6 Позичування підприємства.....	30
2.7 SWOT-аналіз компанії «Artwood».....	31
2.8 Основні конкуренти. SWOT-аналіз одного з конкурентів .....	33
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ СТИМУЛЮВАННЯ ЗБУТУ	
3.1 Маркетингове дослідження споживачів.....	38
3.2 Рекомендації щодо вдосконалення системи збуту компанії «Artwood»..	42
3.3 Складання бюджету на маркетингові заходи компанії «Artwood» для вдосконалення системи стимулювання збуту продукції.....	45
ВИСНОВКИ .....	48
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	53