

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємства та шляхи її вдосконалення»

Виконав: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Кулак Михайло Анатолійович

Керівник: Мішустіна Т.С. к.е.н., доцент

Дніпро
2023

АНОТАЦІЯ

Кулак Михайло Анатолійович

Маркетингове управління збутовою діяльністю підприємства та шляхи її вдосконалення.

В кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні основи маркетингового управління збутовою діяльністю, визначено сутність та завдання збутової діяльності торгівельного підприємства, виявлено особливості маркетингової діяльності управління збутовою діяльністю підприємства та розглянуто порядок формування системи управління збутовою діяльністю підприємств. Охарактеризовано маркетингову діяльність та внутрішнє середовище ПрАТ «Оболонь», виділено основні тенденції ринку збуту продукції підприємства, проведено аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства, SWOT-аналіз, PEST-аналіз та визначено основні напрямки діяльності підприємства.

Запропоновано основні шляхи вдосконалення маркетингового управління збутовою діяльністю підприємства ПрАТ «Оболонь», для чого розроблено заходи з удосконалення організації та планування збутової діяльності підприємства та обґрунтовано мотивацію та контроль маркетингового управління збутовою діяльністю підприємства ПрАТ «Оболонь».

Ключові слова: збут, збутова діяльність, збутова політика, управління збутовою діяльністю, маркетингове управління, маркетингова діяльність, маркетингове середовище підприємства

SUMMARY

Mykhailo Kulak

Marketing management of the enterprise's sales activities and ways of its improvement.

In the qualification work, the theoretical and methodological foundations of marketing management of sales activity were considered, the essence and tasks of the sales activity of a trading company were determined, the peculiarities of the marketing activity of the management of the sales activity of the company were identified, and the order of formation of the management system of the sales activity of enterprises was considered. The marketing activity and internal environment of PrJSC «Obolon» were characterized, the main trends of the company's product sales market were highlighted, an analysis of the company's external marketing environment, a SWOT-analysis, a PEST-analysis, and the main directions of the company's activity were determined.

The main ways of improving the marketing management of the sales activity of the PrJSC «Obolon» enterprise are proposed, for which measures have been developed to improve the organization and planning of the company's sales activities, and the motivation and control of the marketing management of the sales activity of the PrJSC «Obolon» enterprise have been substantiated.

Keywords: sales, sales activities, management of sales activities, marketing management, marketing activities, marketing environment of the enterprise

ЗМІСТ

ВСТУП

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

- 1.1. Сутність та завдання збутової діяльності підприємства
- 1.2. Особливості управління маркетинговою збутовою діяльністю підприємства
- 1.3. Формування системи управління збутової діяльності підприємств

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

- 2.1. Характеристика маркетингової діяльності та внутрішнього середовища підприємства ПрАТ «Оболонь»
- 2.2. Огляд основних тенденцій ринку збуту продукції ПрАТ «Оболонь»
- 2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства ПрАТ «Оболонь»
 - 2.3.1. Аналіз мікросередовища
 - 2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз
- 2.4. SWOT- аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства

РОЗДІЛ 3. ОСНОВНІ ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ПРАТ «ОБОЛОНЬ»

- 3.1. Розробка заходів з удосконалення організації та планування маркетингової збутової діяльності підприємства
- 3.2. Шляхи впровадження, мотивація та контроль маркетингового управління збутовою діяльністю підприємства ПрАТ «Оболонь» та визначення ефективності запропонованих заходів

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ