

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**

**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА**

на тему

## **«Розробка заходів щодо удосконалення маркетингової збутової політики підприємства»**

Виконала: здобувач 4 курсу,

групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

Соболь Тетяна Русланівна

Керівник: Білоткач І. А., к.е.н., доцент

**Дніпро  
2024**

## АНОТАЦІЯ

*Соболь Т.Р. Розробка заходів щодо удосконалення маркетингової збутової політики підприємства».*

В кваліфікаційній роботі розглянуто сутність збуту в маркетинговій діяльності підприємства та виявлено особливості управління збутовою діяльністю підприємства. Було визначено підходи до оцінювання ефективності маркетингової збутової політики підприємства. Було надано економічну характеристику діяльності підприємства ТОВ «Нікос-Авто» та проведено аналіз товарообороту підприємства. Було розроблено заходи щодо оптимізації товарних позицій та збуту підприємства, обґрунтовано впровадження методики АВС-аналізу в практику управління збутом досліджуваного підприємства та розраховано очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів.

**Ключові слова:** торговельне підприємство, маркетинг збуту, роздрібні продажі, асортимент продукції, АВС-аналіз.

## SUMMARY

*Sobol T.R. Development of measures to improve the company's marketing sales policy".*

In the qualification work, the essence of sales in the marketing activity of the enterprise was considered and the peculiarities of the management of the enterprise's sales activity were revealed. Approaches to evaluating the effectiveness of the company's marketing and sales policy were determined. An economic description of the activity of Nikos-Avto LLC was provided and an analysis of the company's turnover was carried out. Measures were developed to optimize the company's product positions and sales, the implementation of the ABC analysis methodology in the sales management practice of the company under study was substantiated, and the expected economic effect of the proposed measures was calculated.

**Keywords:** trade enterprise, sales marketing, retail sales, product range, ABC analysis.

## ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП .....	6
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА .....	9
1.1. Сутність та зміст маркетингової збутової політики підприємства .....	9
1.2. Особливості управління збутовою діяльністю підприємства ....	13
1.3. Підходи до оцінювання ефективності маркетингової збутової політики підприємства .....	19
Розділ 2 АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «НІКОС-АВТО» .....	27
2.1. Організаційно-економічна характеристика діяльності підприємства .....	27
2.2. Аналіз та оцінка існуючої збутової політики в контексті маркетингової діяльності підприємства .....	31
2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство .....	39
2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції .....	43
2.5. SWOT- аналіз .....	47
Розділ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ТОВ «НІКОС-АВТО» .....	48
3.1. Основні напрями вдосконалення збутової політики ТОВ «НІКОС-АВТО» .....	48
3.2. Обґрунтування заходів вдосконалення збутової діяльності підприємства .....	54
3.3. Очікуваний економічний ефект від запропонованих заходів ....	61
ВИСНОВКИ .....	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	69
ДОДАТКИ .....	75

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І. А. Маркетингова діяльність підприємства та контроль за її реалізацією. Агросвіт. 2020. № 10. С. 52–56.
2. Ананьєв О. М. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності: підручник. Львів : Новий Світ-2000, 2016. 584 с.
3. Антонов Г. А. Основи стандартизації і управління якість продукції. Частина 1,2,3. К.: Вид-во «ЕУФ», 2019. 235с.
4. Бідняк М. Н., Біліченко В. В. Виробничі системи на транспорті: теорія і практика: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2016. 176 с.
5. Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатюк М. І. Економічний аналіз: Навч. посібник. Київ: КНЕУ, 2019. 540 с.
6. Бондарук Т. Г., Заїчко І. В., Бондарук І. С. Діагностика фінансового стану підприємства та його інвестиційної привабливості в системі фінансового менеджменту. Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту. 2022. № 1-2. С. 62–75.
7. Бочко О. Ю. Визначення рівня ефективності маркетингової діяльності на короткостроковий період. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2021. № 846. С. 21–24.
8. Бреус С. В., Буваник О. І. Основні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства. Multidisciplinary academic explorations : The I International Science Conference, January 10-12, Amsterdam, Netherlands. 2022. 171 p.
9. Булатів А. С. Економічний аналіз діяльності підприємств: навч. посіб. К.: Знання, 2016. 408 с.
10. Василенко В. А. Стратегічне управління: Навчальний посібник. К. : ЦУЛ, 2013. 396 с.
11. Величко О. Логістичне управління та управління логістикою. Аграрна наука XXI століття: реалії та перспективи : матеріали II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції. Дніпропетровськ : ДДАУ, 2018. С. 40-43.

12. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку. Монографія. Київ : Цент навчальної літератури, 2018. 807 с.
13. Гадзевич О. І. Основи економічного аналізу і діагностики фінансово-господарської діяльності підприємств: навч. посіб. К.: Кондор, 2015. 80 с.
14. Гамалій В. Ф., Романчук С. А., Фабрика І. В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств. Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки. 2019. Вип. 22. Ч. 2. С. 10–13.
15. Глазун В. В., Ковбаса О. М. Логістичний менеджмент забезпечення ефективної діяльності аграрних підприємств. Економіка і суспільство. 2016. № 3. С. 171–176.
16. Глібко О. П. Роль роздрібних продажів в системі економічної діяльності підприємства. URL: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkpnuen\\_2011\\_4\\_68.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vkpnuen_2011_4_68.pdf) (дата звернення 12.05.2023)
17. Гой І. В., Смелянська Т. П. Підприємництво. Київ, 2020. 368 с.
18. Головкова Л. С., Головкова А. Є. Логістичний менеджмент у системі управління корпорацією. Проблеми економіки транспорту. 2019. Вип. 6. С. 25–30.
19. Головчук, Ю. О. Цифровий маркетинг як інноваційний інструмент комунікацій. Економіка і суспільство. 2018. Вип. 19. С. 337–341.
20. Грабовецький Б. Є. Економічний аналіз: Навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2020. 256 с.
21. Гріщенко І. В. Оцінка показників фінансової стійкості підприємства. Перспективи розвитку фінансово-економічного простору України : зб. наук. праць. Вінниця. 2021. С. 208-211.
22. Гріщенко І. В., Білецька Н. В., Циганчук В. А., Мазур О. В. Методи забезпечення ефективності інвестиційно-інноваційних проєктів. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Львів : Видавництво Львівського торговельно-економічного університету, 2021. Вип. 60. С. 30–34.
23. Гриньова В. М., Мисько Н. В. Оцінка конкурентоспроможності промислової продукції на основі комерційної оцінки її якості. Бізнес Інформ. 2018.

№ 9. С. 149–154.

24. Гудзь О. І. Стратегія розвитку підприємства: сутність та класифікація. Економіка і суспільство. 2019. № 8. С. 346–352.

25. Данько Ю. І., Вовчок С. В. Методологічні засади оцінки ефективності управління конкурентним розвитком підприємств. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки. 2020. № 6 (153). С. 96–109.

26. Дахно І., Алієва-Барановська В. Глобальний бізнес. Київ, 2020. 560 с.

27. Єпіфанова І. Ю. Дзюбка М. Ю. Формування стратегії розвитку підприємства в сучасних умовах. Вісник ОНУ ім. Т.Г. Шевченка. 2021. № 2 (55). С. 99–102.

28. Єпіфанова І., Джеджула В. Місце процесу управління проектами в стратегії розвитку підприємств. Innovation and Sustainability. 2022. № 3. С. 8–13.

29. Жигалкевич Ж. М., Чухліб В. Є. Управління проектами та їх ризиками: підходи та методи. Приазовський економічний вісник. 2019. Вип. 6(17). С. 126–130.

30. Загородна О. М., Спільник І. В. Діагностування проблемних зон виробничо-збутової діяльності за ключовими індикаторами її оцінки. Проблеми та перспективи розвитку теорії і практики обліку, контролю, економічного аналізу і статистики: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль, 5 грудня 2021 р. Тернопіль : ТНЕУ, 2021. С. 48–50.

31. Заїчко, І., Богріновцева, Л. Фінансовий менеджмент в системі забезпечення діяльності збутових підприємств. Економіка та суспільство. 2022. (45). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-45-24>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1933> (дата звернення 17.05.2024)

32. Іванова Т. В. Методологія проектного підходу в реалізації стратегічних пріоритетів сервісно-орієнтованої держави. Інвестиції: практика та досвід. 2019. № 11. С. 82–85.

33. Івасишина Н. В., Пильченко А. О. Логістичний менеджмент як основний чинник реалізації корпоративної стратегії підприємства. Збірник

наукових праць НТУ. 2020. № 24. С. 309–314.

34. Іванілов О. С. Економіка підприємства. підручник. Київ : Центр учбової літератури, 2020. 728 с.

35. Лук'янова В. В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія]. Хмельницький, ТОВ Ковальський В.В. 2020. 312 с.

36. Кислий В. М., Біловодська О. А., Олефіренко О. М. Логістика: теорія та практика. Київ: Центр учбової літератури, 2019. 360 с.

37. Комерційна діяльність: Підруч. / За ред. проф. В. В. Апопія. Вид. 2-ге, перероб. і доп. К.: Знання, 2018. 558 с.

38. Компанець К. А., Литвишко Л. О., Артемчук В. О. Особливості інноваційного стратегічного управління підприємствами під час пандемії COVID-19. Інтелект ХХІ. 2022. № 1. С. 82–86.

39. Коробов М. Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. Посіб. 2-ге вид., стер. Київ: т-во «Знання», 2019. 378 с.

40. Крикавський Є. В., Чернописька Н. В. Логістичні системи: навч. посібник. Львів: Видавництво «Львівська політехніка», 2020. 312 с.

41. Кузьміна Т.Р. Екологічний маркетинг в Українію В зб.: матеріалів конференції «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 14 квітня 2021 р. – Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2021. с. 213.

42. Кузьміна Т.Р. Брендинг як інструмент сучасного бізнесу. В зб.: матеріалів конференції «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів: XIII Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів: тези доповідей, Дніпро, 19 травня 2022 р. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. с. 126.

43. Макарова В. В., Муштай В. А. Інсайт-технологія при формуванні купівельної поведінки споживачів в умовах запровадження маркетингу відносин. Агросвіт. 2022. № 1. С. 20–26.

44. Маркетингова діяльність підприємств: сучасний зміст : [монографія] /

за заг. ред. Н. В. Карпенко. Київ : Центр учбової літератури, 2021. 252 с.

45. Музичка Є. О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю підприємств. Економічний часопис XXI. 2019. № 11–12(2). С. 64–67.

46. Муха Р. А. Особливості здійснення маркетингової діяльності підприємствами. 2018. № 5. URL: [www.economy.nauka.com.ua](http://www.economy.nauka.com.ua)

47. Муштай В. А., Бересток Б. П. Формування та оцінка ефективної системи управління маркетинговою діяльністю підприємства сфери послуг. URL: <https://chmnu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/07/Mushtaj-V.A.-Berestok-B.P..pdf> (дата звернення 19.05.2024)

48. Офіційний сайт Держкомстату України/ URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

49. Падухевич О. В. Місце та роль роздрібних продажів в загальній системі управління підприємством. Науковий вісник Одеського державного економічного університету. 2019. № 9 (87). С. 82–90.

50. Поліщук Н. В. Функціонування економічних систем: моделі складових результативності : монографія. Вінниця : ВНАУ, 2021. 396 с.

51. Пчелянська Г. О., Головчук Ю. О., Дибчук Л. В. Стратегічні напрями маркетингової діяльності бізнесу в умовах транспарентності середовища. Економіка та держава. 2021. № 3. С. 88–93.

52. Савчук А. Ефективність маркетингової діяльності підприємств. Вісник КНТЕУ. 2020. № 5. С. 27–38.

53. Сладкевич В. П. Стратегічний менеджмент організацій: Підруч. для студ. вищ. навч. закл. К. : ДП «Видавничий дім «Персонал», 2016. 496 с.

54. Соболь Т.Р. Особливості розробки і супроводження міжнародної реклами. Сучасні особливості управління збутовою діяльністю підприємства. В зб.: матеріалів конференції «XIV Міжнародна науково-практична конференція молодих вчених та студентів «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів» (23 березня 2023 р., Університет імені Альфреда Нобеля). Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2022. с. 104.

55. Соболь Т.Р. Сучасні особливості управління збутовою діяльністю підприємства. В зб.: матеріалів конференції «XV Міжнародна науково-практична

конференція молодих вчених та студентів «Маркетингове управління конкурентоспроможністю в умовах глобальних викликів» (18 квітня 2024 р., Університет імені Альфреда Нобеля). 0,2 д.а.

56. Сумець О. Основні компоненти роздрібних продажів в аспекті забезпечення безпеки й ефективної збутової діяльності підприємств. Комунальне господарство міст. 2019. № 111. С. 194–201.

57. Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. Вісник Запорізького національного університету, 2019. № 1 (29). С. 127–138.

58. Терент'єва Н. В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek\\_2016\\_2\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_2_19). (дата звернення 19.05.2024)

59. Ткаченко А. М., Колесник Є. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 4 (95). С. 14-21.

60. Тюріна Н., Назарчук Т., Шкабара Н. Формування інформаційно-аналітичного забезпечення управління бізнес-проектами підприємства. Innovation and Sustainability. 2022. № 2. С. 68–77.

61. Чмерук Г. Особливості формування бізнес-моделі підприємства. Економічні науки. Серія «Облік і фінанси». 2021. Вип. 12. С. 170–178.

62. Чухрай Н. І., Млинко І. Б. Оцінювання результативності та ефективності маркетингу промислового підприємства у ланцюгу поставок. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2019. № 3. С. 24–34.

63. Шереметинська О., Невмержицька Ю. Стимулювання роздрібних продажів: заходи та засоби, які допомагають при формуванні маркетингової діяльності підприємства при здійсненні ЗЕД. Ефективна економіка. 2021. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4785>

64. Шнирков О. О., Руденко І. В. Місце та роль малого бізнесу у міжнародній економічній діяльності. Молодий вчений. 2021. № 11 (87). С. 226–231.

65. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. Галицький економічний вісник. 2020. № 4(37). С. 88–95.