

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

**«КАНАЛИ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА МОЖЛИВІ
ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ»**

Виконав: здобувач 4 курсу, групи МГ-20зс

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Вольних Максим

ПІБ

Керівник: Дубницький В.І., д. е. н., професор

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро

2024

АНОТАЦІЯ *

Вольних М. Канали розподілу продукції підприємства та можливі шляхи удосконалення управління збуту

У цій роботі досліджено теоретичні аспекти каналів розподілу продукції на підприємстві, включаючи їх визначення, види та основні стратегії управління ними. На прикладі господарської діяльності ТОВ «Білопільський машинобудівний завод» проведено аналіз використовуваних каналів розподілу, ринку, на якому діє підприємство, а також проведено SWOT-аналіз. У заключному розділі розроблено шляхи вдосконалення управління збутом на підприємстві, включаючи визначення ключових аспектів для покращення, розробку та впровадження конкретних заходів та стратегій, аналіз економічної ефективності від запровадження запропонованих заходів.

Ключові слова: канали розподілу, управління збутом, стратегії, аналіз ринку, позиціонування, SWOT-аналіз, вдосконалення.

SUMMARY

Volnykh M. Channels for the division of products of the enterprise and possible ways of thorough management will be developed

This work explores the theoretical aspects of product distribution channels in an enterprise, including their meaning, types and basic strategies for managing them. In the context of the government activity of LLC "Bilopil Machine-Building Plant", an analysis of the selected channels by division, market, and type of business was carried out, as well as a SWOT analysis was carried out. The final section is responsible for the detailed management of the enterprise, including the identification of key aspects for improvement, development and implementation of specific approaches and strategies, analysis of cost-effectiveness of production no registered entries.

Key words: divisional channels, sales management, strategies, market analysis, positioning, SWOT analysis, in-depth.

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ	7
1.1. Визначення каналу розподілу та їх місце на підприємстві.	7
1.2. Види каналів розподілу продукції та їх характеристики.	13
1.3. Основні стратегії управління каналами розподілу продукції.	16
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «БІЛОПІЛЬСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД»	23
2.1. Характеристика господарської діяльності ТОВ «Білопільський машинобудівний завод»	23
2.2. Канали розподілу, які використовує компанія ТОВ «Білопільський машинобудівний завод».	26
2.3. Аналіз ринку на якому діє підприємство.	28
2.4. Позиціонування та сегментування послуг компанії.	35
2.5. SWOT-аналіз господарської діяльності ТОВ «Білопільський машинобудівний завод»	40
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «БІЛОПІЛЬСЬКИЙ МАШИНОБУДІВНИЙ ЗАВОД»	44
3.1. Визначення ключових аспектів, що потребують вдосконалення у системі управління збутом.	44
3.2. Розробка та впровадження конкретних заходів та стратегій для покращення управління збутом.	47
3.3. Економічна ефективність від впровадження запропонованих заходів.	50
ВИСНОВКИ	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	55