

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

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

Виконав: здобувач 4 курсу, групи Мг-21

Спеціальності 075 Маркетинг

шифр і назва

Кульбачко Кирило Євгенович

ПІБ

Керівник: Білоткач І.А., к.е.н., доц.

прізвище, ініціали, науковий ступінь, вчене звання

Дніпро
2025

АНОТАЦІЯ

Кульбачко К.Є. Маркетингові канали розподілу продукції підприємства та можливі шляхи вдосконалення управління збутом.

У кваліфікаційній роботі розглянуто теоретико-методичні засади функціонування маркетингових каналів розподілу продукції, досліджено систему збуту та її ефективність на прикладі підприємства ТОВ «Нова Пошта». Проведено аналіз існуючих каналів розподілу послуг компанії, оцінено їх відповідність ринковим вимогам та поведінці споживачів у сучасних умовах. На основі результатів дослідження розроблено пропозиції щодо вдосконалення управління збутом, включаючи оптимізацію логістичних процесів, інтеграцію цифрових інструментів для аналітики та взаємодії з клієнтами, а також удосконалення структури маркетингової служби. Запропоновані заходи спрямовані на підвищення ефективності використання ресурсів підприємства, зміцнення його позицій на ринку логістичних послуг і забезпечення стійкого зростання в умовах високої конкуренції.

Ключові слова: маркетингові канали розподілу, управління збутом, логістика, маркетингова стратегія, ТОВ «Нова Пошта», оптимізація збутової діяльності, цифрові технології.

SUMMARY

Kulbachko K. Marketing channels for the distribution of enterprise products and possible ways to improve sales management.

The qualification paper examines the theoretical and methodological foundations of the functioning of marketing distribution channels and analyzes the sales system and its efficiency using Nova Poshta LLC as a case study. The paper evaluates the current service distribution channels of the company, assessing their alignment with market demands and consumer behavior under modern conditions. Based on the results, recommendations were developed to improve sales management, including the optimization of logistics processes, integration of digital tools for analytics and customer interaction, and enhancement of the company's marketing structure. These measures aim to improve resource efficiency, strengthen the company's market position, and ensure sustainable growth in a highly competitive environment.

Keywords: marketing distribution channels, sales management, logistics, marketing strategy, Nova Poshta LLC, sales activity optimization, digital technology

| | |
|--|----|
| ВСТУП | 6 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ МАРКЕТИНГОВИХ КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ ПІДПРИЄМСТВА | 9 |
| 1.1. Поняття, функції та структура каналів розподілу | 9 |
| 1.2. Сучасні тенденції управління збутовою діяльністю Error! Bookmark not defined. | 5 |
| 1.3. Методи оцінки ефективності збутових процесів | 22 |
| РОЗДІЛ 2. СТАН ТА ОЦІНКА СИСТЕМИ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ ТОВ «НОВА ПОШТА» | 29 |
| 2.1. Характеристика господарської діяльності підприємства ТОВ «НОВА ПОШТА» | 29 |
| 2.2. Аналіз та оцінка існуючої системи розподілу продукції в контексті маркетингової діяльності підприємства | 36 |
| 2.3. Аналіз ринку, на якому діє підприємство | 42 |
| 2.4. Сегментування ринку та позиціонування продукції | 47 |
| 2.5. SWOT- аналіз | 51 |
| РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ | 56 |
| 3.1. Розробка заходів з вдосконалення управління збутом | 56 |
| 3.2. Маркетинговий бюджет запропонованих заходів | 61 |
| 3.3. Економічна доцільність запропонованих заходів | 64 |
| ВИСНОВКИ | 69 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 72 |
| ДОДАТКИ | 78 |

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балацький Є.О., Бондаренко А.Ф. Маркетинг : навчальний посібник. Суми : Державний вищий навчальний заклад «Українська академія банківської справи Національного банку України», 2015. С. 300–312.
2. Амонс С.Е. Маркетингові дослідження ринку і його структурних елементів: теоретичний аспект /С.Е. Амонс, О.П. Красняк // Ефективна економіка. – 2020. – № 5. URL: www.economy.nayka.com.ua
3. Бабко Н.М. Поведінка споживача: навчальний посібник / Н.М. Бабко, О.В. Мандич, І.О. Сєвідова та ін. Харків: ХНТУСГ, 2020. – 170 с.
4. Балабанова Л.В., Холод В.В., Балабанова І.В. Маркетинг підприємства / Л.В. Балабанова, В.В. Холод, І.В. Балабанова. – К.: Центр учбової літератури, 2019. – 612 с.
5. Безугла Л.С. Маркетингові дослідження: навчальний посібник / Л.С. Безугла, Т.В. Ільченко, Н.І. Юрченко та ін. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. – 300 с.
6. Бойчик І.М. Економіка підприємства: підручник / І.М. Бойчик. – К.: Видавничий дім «Кондор», 2016. – 378 с. 17. Бойчук І.В. Маркетинг промислового підприємства / І.В. Бойчук. – К.: ЦУЛ, 2017. – 620 с.
7. Мінаєва А. О., Долгальова О. В. Сучасна сутність процесу управління збутовою діяльністю в системі менеджменту підприємства. Збірник наукових праць ДонНАБА. 2019. № 2 (16). С. 99–105
8. Падухевич О. В. Місце та роль збуту в загальній системі управління підприємством. Науковий вісник Одеського державного економічного університету. 2009. № 9 (87). С. 82–90.
9. Комеліна О. В. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства: концептуальний підхід. Економіка і суспільство. 2017. № 13. С. 518–524.
10. Митрохіна Ю. П. Комплексний аналіз якості процедури збуту як елемента діагностики стратегічного маркетингового управління. Економіка:

проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. Дніпропетровськ : ДНУ, 2018. Вип. 237, Т. I. С. 272–277.

11. Безугла Л. С., Пороходніченко К. Р. Формування маркетингової збутової політики підприємства. Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 24. С. 111-116.

12. Матвієць О. В., Кошівська М. В. Збутова діяльність як складова частина господарської діяльності підприємства. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics». 2018. № 10. С. 116-121. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/11-2018/matviyets.pdf>

13. Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства. Галицький економічний вісник. 2012. № 4 (37). С. 88-95.

14. Бреус С. В. Роль інновацій у забезпеченні конкурентоспроможності машинобудівного комплексу України. Актуальні проблеми економіки. 2006. № 1. С. 162-169.

15. Бреус С. В., Бойко Д. А. Сутність та методи оцінювання конкурентних переваг підприємства у контексті управління ними. Інфраструктура ринку. 2019. Вип. 36. С. 93-98. URL: http://www.marketinfr.od.ua/journals/2019/36_2019_ukr/17.pdf

16. Бреус С. В., Пальчевська А. К. Конкурентні переваги підприємства у контексті управління ними. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Вип. 6 (23). С. 238-242. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/23_2019/37.pdf

17. Бреус С. В., Байрамов М. Управління продуктовими інноваціями у контексті їх впровадження суб'єктом господарювання. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2020. № 3 (26). С. 55-61. URL: http://www.easterneuropeebm.in.ua/journal/26_2020/11.pdf

18. Фінансова аналітика ТОВ «Нова Пошта» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://clarity-project.info/edr/31316718/finances>

19. Офіційний сайт ТОВ «Нова Пошта» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://novaposhta.ua/>

20. Мережа «Нова пошта» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://elita.org.ua/merezha-nova-poshta>
21. Нова Пошта - система управління 2024 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.slideshare.net/slideshow/2024-pptx/271809629>
22. Meest – logo [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://meest.com/>
23. Ринок вантажних перевезень в Україні: результати останніх досліджень та прогнози. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://griml.com/jtLwH>
24. Bezus, R.; Bilotkach, I.; Kurbatska, L.; Kobernuk, S.; Kadyrus, I. (2019) Strategic imperatives of institutional development of organic market. Bulletin of the Transilvania University of Brasov, Series II. Forestry, Wood Industry, Agricultural Food Engineering. Vol. 12 Is. 1, 97-108.
25. Гірна О.Б. Оцінювання ефективності бізнес-процесів господарюючих суб'єктів на ринку логістичних послуг в умовах військового стану. Академічні візії, Вип. 38. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.5281/zenodo.14567298>
26. Як вантажівки "вивозять" логістику у війну. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2023/02/8/696834/>
27. Гусев Ю., Циганюк О., Вечір К., Біроваш М. (2024). Галузеві тренди. Стан логістичної галузі в Україні: тренди і особливості. Kyivstar business HUB, [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://griml.com/dtxHr>
28. Кукоба О.В., Хмелюк М.В. (2024). Надважливість розвитку фулфілмент-сервісу в Україні. Економіка та суспільство, Вип. 63. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-63-82>
29. StratNav. (2024). 25 найкращих інструментів стратегічного планування на 2024 рік. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.stratnavapp.com/Articles/stra-tegic-planning-tools>

30. Альтомонте, Л. (2024). Найкраще програмне забезпечення для SWOT-аналізу у 2024 році. *Культура безпеки*. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://safetyculture.com/app/swot-analysis-software/>.

31. Четті, П. (2019). Важливість стратегічного управління для досягнення успіху в бізнесі. *Проект Гуру*. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.projectguru.in/importance-of-strategic-management-to-excel-in-business/>.

32. Котлер, Ф., та Келлер, К. Л. (2021). Маркетинговий менеджмент (Глобальне видання, 15-те видання). [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://www.edugonist.com/wp-content/uploads/2021/09/Marketing-Management-by-Philip-Kotler-15th-Edition.pdf>.

33. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ОПЕРАТОРІВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.academia.edu/66395437/%D0%94%D0%9E%D0%A1%D0%9B%D0%86%D0%94%D0%96%D0%95%D0%9D%D0%9D%D0%AF_%D0%9A%D0%9E%D0%9D%D0%9A%D0%A3%D0%A0%D0%95%D0%9D%D0%A2%D0%9D%D0%9E%D0%93%D0%9E_%D0%A1%D0%95%D0%A0%D0%95%D0%94%D0%9E%D0%92%D0%98%D0%A9%D0%90_%D0%9E%D0%9F%D0%95%D0%A0%D0%90%D0%A2%D0%9E%D0%A0%D0%86%D0%92_%D0%9F%D0%9E%D0%A8%D0%A2%D0%9E%D0%92%D0%9E%D0%93%D0%9E_%D0%97%D0%92_%D0%AF%D0%97%D0%9A%D0%A3

34. ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА ОПЕРАТОРІВ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/356706583_DOSLIDZENNA_KONKURENTNOGO_SEREDOVISA_OPERATORIV_POSTOVOGO_ZV%27AZKU

35. Грищенко, І. М., & Городецький, Ю. Д. (2024). Marketing balance: a balanced budget for successful expansion into new markets. *Journal of Strategic Economic Research*, (1), 69–77 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2024.1.7>

36. Білоткач І. Інституційні основи конкурентної стратегії виробників органічної агропромислової продукції України на зовнішніх ринках. Економіка та держава. 2022. №1. 93–99 с.

37. Мешко, Н. В., & Мамедова, Д. А. (2023). Digital marketing outsourcing as a development driver for small and medium-sized businesses. *European Journal of Management Issues*, 31(4), 45–52. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.15421/192419>

38. Шишкін, В. В., Павлюк, Т. М., Полусміак, Ю. В., & Сущенко, О. В. (2022). Formation of effective product distribution channels as a logistic systems economics component of agricultural complex of Ukraine. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 1(1), 20–28. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-2/20-04>

39. Варченко, О. М., Варченко, О. О., & Вернюк, Н. О. (2022). Formation and management of marketing channels of product distribution of agricultural enterprises. *Ekonomichnyy analiz*, 32(2), 45–53. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.30857/2786-5398.2022.2.4>

40. Крикарський, Є. І., & Покильченко, Е. (2014). Implementation of marketing concepts into supply chain management. *EEM*, 1(2), 25–34. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://science.lpnu.ua/eem/all-volumes-and-issues/volume-1-number-2-2014/implementation-marketing-concepts-supply-chain>

41. Горбаль, Н. І., Дзюбіна, К. В., & Моторнюк, У. В. (2017). Transformation of marketing communications of Ukrainian enterprises in the conditions of crisis, globalization, and European integration. *Marketing and Management of Innovations*, 3, 96–110. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <https://doi.org/10.21272/mmi.2017.3-10>

42. Зуб, О. В., & Усолцев, І. В. (2024). Assessing the impact of multichannel sales integration on the efficiency and competitiveness of Ukrainian retail in the context of digital commerce. *Technology Audit and Production*

Reserves, 5(79). [Електронний ресурс]. - Режим доступу:
<https://doi.org/10.15587/2706-5448.2024.311746>

43. Барцик, Р., & Біловодська, О. А. (2015). Costs management in distribution channels on logistics bases. In A. Barcik, H. Howaniec, & Z. Malara (Eds.), *Current problems in management* (pp. 119–128). Bielsku-Białej: Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanidtycznej. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/43300>

44. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

45. Бланк, І. А. (2016). *Управління збутом у системі фінансового менеджменту підприємства*. Київ: Ніка-Центр.

46. Куденко, Н. В. (2021). *Маркетинг: підручник (4-те вид., перероб. і доп.)*. Київ: КНЕУ.

47. Балабанова, Л. В., & Подольчак, О. В. (2020). *Маркетингова політика розподілу: навч. посіб.* Київ: Центр учбової літератури.

48. Голубка, С. І. (2020). *Інвестиційна діяльність підприємства: навч. посіб.* Львів: ЛНУ імені Івана Франка.

49. Пономаренко, В. С., & Кузьмін, А. І. (2022). *Економічна оцінка ефективності інвестицій: навч. посіб.* Харків: ХНЕУ.

50. Філіпенко, А. С. (2019). *Міжнародний маркетинг: підручник*. Київ: Знання.