

УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему

«Розробка ефективної стратегії збуту підприємства»

Виконав: здобувач 2 курсу,
групи МГкр-18 вв
Спеціальності 075 Маркетинг
Чеховський В'ячеслав Петрович
Керівник: Корень О.М., к.т.н., доцент

Дніпро
2020

АНОТАЦІЯ

Чеховський В.П. Розробка ефективної стратегії збуту підприємства

Метою роботи є вивчення теоретичних підходів та практичних аспектів розробки стратегії збуту підприємства. Відповідно до мети виконані наступні завдання по розробці стратегії збуту підприємства: досліджено теоретичні джерела сутності поняття «стратегія збуту»; визначено місце й роль стратегії збуту у загальній стратегії торгівельного підприємства; визначено необхідність розробки стратегії збуту підприємства; проаналізована діяльність досліджуваного підприємства й стан організації розробки його стратегії збуту; розроблені рекомендації з удосконалення процесу розробки стратегії збуту підприємства.

Ключові слова: стратегія, збут, підприємство, процес, стимулювання, контроль.

SUMMARY

Chexovski V. Development of an effective enterprise marketing strategy

The purpose of the study is to study theoretical approaches and practical aspects of developing a marketing strategy for an enterprise. According to the purpose, the following tasks for the development of the enterprise marketing strategy were fulfilled: theoretical sources of the essence of the concept of "sales strategy" were investigated; the place and role of the sales strategy in the overall strategy of the trading enterprise is determined; the necessity of development of the enterprise marketing strategy is determined; the activity of the studied enterprise is analyzed and the state of organization of development of its marketing strategy; recommendations for improving the process of developing the enterprise marketing strategy have been developed.

Keywords: strategy, sales, enterprise, process, stimulation, control.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1 СТРАТЕГІЯ ЗБУТУ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Поняття «збут» – теоретичний та практичний аспект.....	9
1.2. Методи аналізу стратегії збуту.....	16
1.3. Стимулювання збуту як основа реалізації збутової стратегії.....	28
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ І СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	38
2.1. Загальна характеристика та аналіз внутрішнього середовища підприємства.....	38
2.2. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства.....	41
2.3. SWOT – аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства.....	48
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ТА МЕТОДИ ВОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА.....	69
3.1. Удосконалення розробки елементів збуту та методів внутрішнього контролю збутової діяльності.....	69
3.2. Обґрунтування зміни стратегії збуту.....	72
3.3. Ефективність зміни стратегії збуту.....	83
ВИСНОВКИ.....	90
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	94