

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра економіки підприємства та організації підприємницької діяльності

Допущено до захисту
Завідувач кафедри

“ ____ ” _____ 20__ року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка підприємства та організація
підприємницької діяльності»
на тему:
**«ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ
ТОВ «УКРАГРОПАРТНЕР+»**

Виконавець:
студентка групи 44
Абрамова Д.В.

/підпис/

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
Грінченко Р.В.

/підпис/

ОДЕСА – 2024 рік

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	6
1.1. Поняття та особливості збутової діяльності підприємства	6
1.2. Методика оцінки ефективності збутової діяльності підприємства	13
1.3. Наукові підходи щодо підвищення ефективності збутової діяльності підприємства.....	20
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «УКРАГРОПАРТНЕР+» .	26
2.1. Організаційно-економічна характеристика ТОВ «Украгропартнер+».....	26
2.2. Аналіз факторів впливу на збутову діяльність ТОВ «Украгропартнер+» ...	40
2.3. Оцінка ефективності збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+».....	47
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «УКРАГРОПАРТНЕР+»	54
3.1. Обґрунтування напрямів покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+»	54
3.2. Оцінка економічної ефективності заходів з покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+»	68
ВИСНОВКИ.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	77

ВСТУП

Актуальність теми. В сьогоденних умовах господарювання збутова діяльність виступає однією з найважливіших складових бізнесу, оскільки вона безпосередньо впливає на доходи та фінансову стабільність підприємства. Збутова діяльність є критично важливою для успіху будь-якого підприємства, оскільки вона забезпечує реалізацію продукції, генерує доходи, підтримує конкурентоспроможність, задовольняє потреби клієнтів та сприяє стратегічному розвитку. Інвестування у вдосконалення збутових процесів та стратегій приносить значні переваги і дозволяє підприємству ефективно функціонувати та розвиватися у сучасних умовах ринкової економіки.

У зв'язку з цим, дослідження шляхів підвищення ефективності збутової діяльності підприємства є надзвичайно актуальним питанням. Це пов'язано з тим, що на сучасному ринку постійно з'являються нові гравці, які пропонують аналогічну продукцію або послуги. Тому, для збереження своєї конкурентоспроможності підприємства повинні постійно вдосконалювати свої збутові стратегії. В свою чергу, споживацьку вподобання постійно змінюються під впливом соціальних, економічних і технологічних факторів. А вивчення шляхів підвищення ефективності збуту допомагає краще розуміти і задовольняти ці потреби. Також слід відзначити, що підвищення ефективності збутової діяльності безпосередньо впливає на фінансові показники підприємства, включаючи його прибутковість і стабільність. А ефективні збутові стратегії дозволяють знижувати витрати, пов'язані з продажами продукції, та підвищувати рентабельність.

Отже, можна стверджувати, що дослідження шляхів підвищення ефективності збутової діяльності підприємства є необхідним для забезпечення його конкурентоспроможності, фінансової стабільності та здатності адаптуватися до змін на ринку. Це дослідження дозволяє ідентифікувати слабкі місця у збутових процесах, впроваджувати інноваційні рішення та досягати високих результатів у умовах динамічного бізнес-середовища.

Необхідно підкреслити, що проблеми, пов'язані зі збутовою діяльністю підприємств, досліджували такі вчені-економісти, як І. А. Абрамович, М. О. Багорка, Л. В. Балабанова, Л. С. Безугла, О. А. Біловодська, Є. В. Болотіна, В. М. Бондаренко, Т. В. Боровик, Н. В. Васюткіна, І. М. Гончаренко, А. В. Гречко, О. Є. Громова, Ю. В. Гусаревич, О. С. Закорецька, Ю. С. Залозна, С. А. Зацаринін, Т. О. Капп, М. В. Кононов, І. Г. Курінна, В. В. Міца, О. С. Молнар, С. О. Музичка, В. В. Обозна, А. М. Одарченко, О. М. Петухова, А. Ж. Сакун, О. М. Світовий, В. В. Сисоєв, І. Р. Слесь, І. В. Спільник, Г. М. Тарасюк, Н. В. Терент'єва, В. Ю. Халіна, О. В. Шереметинська, Є. В. Юровських та інші. Проте ряд важливих проблем щодо підвищення ефективності збутової діяльності залишаються актуальними та потребують подальшого вивчення.

Метою роботи є теоретичне та практичне дослідження шляхів підвищення ефективності збутової діяльності торговельного підприємства.

Досягнення поставленої мети передбачає вирішення наступних дослідницьких завдань:

- 1) визначити поняття та особливості збутової діяльності підприємства;
- 2) охарактеризувати методику оцінки ефективності збутової діяльності підприємства;
- 3) розглянути наукові підходи щодо підвищення ефективності збутової діяльності підприємства;
- 4) провести організаційно-економічну характеристику торговельного підприємства ТОВ «Украгропартнер+»;
- 5) проаналізувати фактори впливу на збутову діяльність ТОВ «Украгропартнер+»;
- 6) здійснити оцінку ефективності збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+»;
- 7) обґрунтувати напрями покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+»;
- 8) оцінити економічну ефективність заходів з покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+».

Об'єктом дослідження в бакалаврській роботі виступає збутова діяльність торговельного підприємства ТОВ «Украгропартнер+».

Предметом дослідження в бакалаврській роботі є шляхи підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+».

Методи дослідження. Під час написання роботи було використано ряд загальнонаукових та спеціальних методів дослідження. Так під час вивчення теоретико-методичних засад підвищення ефективності збутової діяльності підприємства були застосовані: аналіз наукової літератури, індукція, дедукція, метод ключових понять, порівняння та системно-структурний метод. Під час аналізу збутової діяльності торговельного підприємства ТОВ «Украгропартнер+» був використаний економіко-статистичний аналіз, горизонтальний та вертикальний аналіз, індексний метод, табличний та графічний методи, а також SWOT-аналіз. Під час обґрунтування шляхів підвищення ефективності збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» були застосовані наукова абстракція, проектний аналіз та узагальнення.

Інформаційну базу дослідження складають фінансова та статистична звітність ТОВ «Украгропартнер+», монографії, наукові статті, аналітичні доповіді вітчизняних і зарубіжних вчених в сфері економіки підприємства, фінансового менеджменту та економічного аналізу, законодавчі документи, електронні ресурси світової мережі Internet, а також власні дослідження.

Структура і обсяг роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, трьох розділів, які об'єднують вісім підрозділів, висновків, списку використаних джерел з 46 найменувань. Загальний обсяг бакалаврської роботи становить 80 сторінок комп'ютерного тексту, вона містить 34 таблиці та 20 рисунків.

ВИСНОВКИ

За результатами проведеного дослідження можна зробити такі висновки.

1. Збутова діяльність підприємства – це комплекс дій щодо доведення продукції товаровиробника до кінцевого споживача, який включає комерційні заходи (аналіз ринку та його сегментів, стимулювання збуту, просування продукції на ринок тощо), організаційні заходи (вибір збутових організацій, підписання контрактів з ними та контроль за їх остаточним виконанням, вибір каналів збуту, створення планів збуту та графіків поставок тощо) та технологічні заходи (відправлення продукції з вантажно-розвантажувальними роботами, контроль її кількості та якості, транспортування товарів, зберігання продукції та підготовка до продажу).

2. Методика оцінки ефективності збутової діяльності підприємства передбачає використання якісних, кількісних, соціологічних, інформаційних та економічних методів, а також аналіз різних показників та індикаторів, що відображають рівень досягнення поставлених цілей у сфері продажів. З метою оцінки ефективності збутової діяльності підприємства: проводять аналіз обсягів продажу, рентабельності збуту та витрат на збут; здійснюють опитування та аналіз задоволеності клієнтів, їхньої лояльності, частоти повторних покупок; вивчають сильні і слабкі сторони збутової діяльності, а також можливості та загрози для підприємства на ринку; порівнюють показник ефективності збуту з аналогічними показниками конкурентів або з галузевими стандартами.

3. Існують різні наукові підходи щодо підвищення ефективності збутової діяльності підприємства. До ключових підходів можна віднести наступні: оптимізація асортименту продукції; розробка гнучкої цінової політики; підвищення якості обслуговування споживачів; використання цифрових технологій; розвиток каналів збуту; розробка ефективної комунікаційної стратегії; дослідження ринку та аналіз конкурентів; навчання та розвиток збутового персоналу; ефективне управління ланцюгами поставок та оптимізація запасів; розробка індивідуальних пропозицій та програм лояльності для

важливих клієнтів.

4. ТОВ «Украгропартнер+» – це торговельне підприємство, що займається оптовим та роздрібним продажем мінеральних добрив, засобів захисту рослин та матеріалів для посіву. Підприємство знаходиться в стадії життєвого циклу розвиток, що обумовлено наявністю попиту на його продукцію. Вартість валюти балансу ТОВ «Украгропартнер+» щороку зростає, що свідчить про інтенсифікацію його господарської діяльності. Станом на 2023 рік ТОВ «Украгропартнер+» є недостатньо платоспроможним та ліквідним, оскільки воно не може за вимогою покрити всі свої поточні зобов'язання, та фінансово нестійким, оскільки всі коефіцієнти фінансової стійкості мають недостатні значення. Ділова активність ТОВ «Украгропартнер+» в розрізі її окремих складових за 2021-2023 роки покращилася за рахунок скорочення термінів обороту дебіторської та кредиторської заборгованості, а також поточних активів в цілому. ТОВ «Украгропартнер+» є прибутковим протягом всього періоду 2021-2023 років. Всі значення індикаторів рентабельності ТОВ «Украгропартнер+» за 2021-2023 роки мають достатні значення, а це говорить про ефективність господарської діяльності підприємства.

5. Проведений SWOT-аналіз факторів впливу на збутову діяльність ТОВ «Украгропартнер+» дозволив виявити основні проблеми у цій сфері: зовнішнього характеру – висока конкуренція, спад в економіці із-за війни, зниження платоспроможності населення, зміна потреб і смаків споживачів, зростання собівартості товарів у постачальників, та внутрішнього характеру – плинність кадрів, низька кваліфікація торгового персоналу, утруднена комунікація на підприємстві, застаріле касове обладнання та програмне забезпечення, відсутність складу для продукції.

6. Здійснена оцінка ефективності збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» показала, що така діяльність підприємства є результативною, при цьому в динаміці спостерігається покращення більшості показників ефективності даного суб'єкта господарювання. Так, за 2021-2023 роки відбулося зростання обсягів збуту продукції на 11963,3 тис. грн., розміру

чистого прибутку від реалізації продукції на 977,5, а рентабельності реалізованої продукції на 1,4%. Середні товарні запаси за досліджуваний проміжок часу зросли на 4373,2 тис. грн., при цьому товарооборотність збільшилася на 14,5 днів.

7. Покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» виступає важливим аспектом забезпечення його конкурентоспроможності та ефективного функціонування на ринку. До загальних рекомендацій покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» можна віднести наступні: проведення аналізу ринку і клієнтів, оптимізація асортименту товарів, вдосконалення логістичних процесів, поліпшення обслуговування клієнтів, здійснення маркетингових заходів, удосконалення цінової політики, використання сучасних інформаційних систем і програмного забезпечення для автоматизації збутових процесів, стратегічне планування збуту тощо. При цьому, в роботі розроблені конкретні заходи покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+», а саме: запропоновано створення відділу збуту на підприємстві, прийняття участі підприємством у спеціалізованій виставці «Рослинництво і агрохімія 2025», а також заходи з покращення мотивації збутового персоналу. Так, завдяки формуванню єдиної системи управління збутовою діяльністю в ТОВ «Украгропартнер+» виникне можливість виходу на нові сегменти ринку, а також можливість здійснювати планування збутової діяльності та контроль реалізації планових напрямів збуту, також це сприятиме підвищенню спеціалізації працівників відділу збуту та відповідно до підвищення якості виконуваних ними функцій. Участь ТОВ «Украгропартнер+» у виставковому заході «Рослинництво і агрохімія 2025» дасть можливість підприємству розширити коло потенційних споживачів та встановити нові ділові контакти, що сприятиме збільшенню обсягів збуту продукції. З метою удосконалення системи оплати праці збутового персоналу ТОВ «Украгропартнер+» рекомендовано впровадити систему поправочних коефіцієнтів до посадового окладу. Також на підприємстві доцільно запровадити коефіцієнти оцінок винагороди згідно з рівнем освіти працівників.

Впровадження ефективної системи преміювання сприятиме підвищенню мотивації працівників відділу збуту ТОВ «Украгропартнер+», їхньої залученості та продуктивності праці, що, в свою чергу, позитивно вплине на загальні результати діяльності підприємства.

8. З метою визначення економічних результатів запропонованих заходів з покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» було проведено порівняти понесених витрат на ці заходи з прогнозним додатковим доходом, отриманим від їх практичної реалізації. Розрахунки показали, що розроблені заходи з покращення збутової діяльності ТОВ «Украгропартнер+» є економічно доцільними та вигідними. Так, обсяг чистого прибутку від реалізації запропонованих заходів кожен рік буде зростати (з 465,1 тис. грн у перший рік до 600,7 тис. грн у п'ятий рік). При цьому загальний розмір економічного ефекту за всі п'ять планованих років становитиме 2726,4 тис. грн.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. *Агросвіт*. 2017. № 4. С. 25-28.
2. Багорка М. О. Формування збутової політики торговельних підприємств. *Вісник Одеського національного університету*. 2020. Т. 25. Вип. 2. С. 56-62.
3. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Миронова О. О. Організація збутової діяльності та системи маркетингових досліджень на підприємстві. *Бізнес-навігатор*. 2022. Вип. 2. С. 54-61.
4. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
5. Безугла Л. С., Рибак І. О. Формування збутової політики аграрного підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 33. С. 65-69.
6. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2017. № 2. С. 85-97.
7. Болотіна Є. В., Шубна О. В., Ширкова А. Д. Інституційний підхід до формування стратегічних напрямів збутової діяльності суб'єктів ринку. *Економічний вісник Донбасу*. 2023. № 2. С. 48-55.
8. Бондаренко А. Ф., Гордієнко В. П., Дутченко О. О. Маркетинг: навчально-методичний посібник. Суми: Сумський державний університет, 2018. 99 с.
9. Бондаренко В. М., Тягунова З. О. Основні напрямки вдосконалення збутової політики підприємств. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2015. Вип. 18. С. 47-50.
10. Боровик Т. В., Майборода О. В., Решетнікова О. В. Удосконалення збутової політики підприємств на основі взаємодії маркетингу та логістики. *Наукові праці Міжрегіональної академії управління персоналом*. 2023. Вип. 3. С. 46-51.
11. Васюткіна Н. В., Марченко С. М. Оцінювання ефективності маркетингу у збутовій діяльності підприємств. *Науковий вісник Полтавського*

- університету економіки і торгівлі*. 2021. № 2(1). С. 111-119.
12. Гончаренко І. М. Удосконалення системи управління збутом продукції підприємства. *Актуальні проблеми інноваційного розвитку кластерного підприємництва в Україні: збірник статей*. 2018. №1. С. 135-139.
13. Гречко А. В., Нечипорук І. В. Методичні підходи до формування й оцінки збутової політики на сільськогосподарських підприємствах. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2018. Вип. 30(1). С. 120-124.
14. Громова О. Є. Ефективність збутових мереж. варіанти підвищення ефективності збуту підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 6(2). С. 11-14.
15. Гусаревич Ю. В., Воробей А. С. Цілі та завдання збутової політики підприємства. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/12/666.pdf> (дата звернення: 03.04.2024)
16. Завадський Й. С., Осовська Т. В., Юшкевич О. О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2016. 356 с.
17. Закорецька О. С. Визначення ефективності управління збутовими витратами *Управлінський облік*. 2018. №1. С.36-41.
18. Залознова Ю. С., Трушкіна Н. В. Удосконалення організації збутової діяльності вугледобувних підприємств України в умовах нестабільності попиту: теорія і практика: монографія. Київ: НАН України, 2020. 166 с.
19. Зацаринін С. А. Концепція управління системою збуту інноваційної продукції. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2021. Вип. 2. С. 194-200.
20. Інтернет-магазин ROZETKA. URL: <https://rozetka.com.ua> (дата звернення: 12.05.2024)
21. Капп Т. О. Збутова політика підшипникового підприємства. *Економіка та управління*. 2019. № 12(61). С. 219-223.
22. Кононов М. В. Критерії оцінки ефективності збутової політики. *Сучасні аспекти економіки*. 2019. № 1. С. 43-48.
23. Котлер Ф., Армстронг Г. Основи маркетингу. Київ: Новий світ, 2022. 880 с.

24. Кошик О. В., Кулиняк І. Я. Збут товарів та послуг: сутність та чинники впливу. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. № 4. С. 464-468.
25. Курінна І. Г., Рябик Г. Є., Білоброва О. В. Удосконалення системи управління збутовою і асортиментною політикою торговельних підприємств. *Нобелівський вісник*. 2018. № 1. С. 56-66.
26. Міца В. В., Грига Я. М., Олійник А. А. Теоретичні основи формування збутової політики як складової маркетингової концепції розвитку підприємства. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. № 7-8. С. 136-140.
27. Молнар О. С. Маковський І. В., Кастрова М. С. Стратегічні пріоритети розвитку збутової діяльності підприємств. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2023. №10 (269). С. 68-72.
28. Музичка С. О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств. *Економічний часопис*. 2013. № 11. С. 64-67.
29. Обозна В. В. Методичні аспекти оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. *Бізнес-навігатор*. 2017. Вип. 2. С. 49-55.
30. Одарченко А. М., Одарченко М. С. Аналіз збутової політики підприємства та рекомендації щодо її удосконалення. *ScienceRise*. 2015. № 2(3). С. 70-73.
31. Петухова О. М., Стасішена К. В. Удосконалення збутової діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_2_10 (дата звернення: 02.04.2024)
32. Прайснер А. Маркетингові та збутові показники. *Управління продажами*. 2017. №1. С. 50-57.
33. Сакун А. Ж., Пантюк І. П. Системний підхід до організації та управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств промисловості. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 2. С. 55–59.
34. Світовий О. М. Особливості управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. *Sustainable socio-economic development journal*. 2023. №1-2. С. 42-51.

35. Сисоєв В. В., Сакун Т. В. Механізм управління збутовою діяльністю молокопереробного підприємства. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2018. № 48. С. 108-115.
36. Слесь І. Р., Круш П. В. Методологія аналізу збутової діяльності підприємства. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 478-483.
37. Спеціалізована міжнародна виставки «Рослинництво і агрохімія 2025»: офіційний сайт. URL: <https://agroexpo.in.ua/ua/exhibition/index?alias=agrohimiya> (дата звернення: 10.05.2024)
38. Спільник І. В., Загородна О. М. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. *Економічний аналіз*. 2016. Т. 24. № 2. С. 130-140.
39. Тарасюк Г. М., Горшкова Л. О. Удосконалення системи управління збутовою діяльністю підприємства целюлозно-паперової галузі. *Економіка та суспільство*. 2018. №4. С. 528-533.
40. Терент'єва Н. В., Череп О. Г. Аналіз методичних підходів до оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю. *Економічний аналіз*. 2018. Т. 28. № 1. С. 318-324.
41. ТОВ «Украгропартнер+»: відомості про підприємство. URL: <https://clarity-project.info/edr/40308985> (дата звернення: 26.04.2024)
42. ТОВ «Украгропартнер+»: відомості про підприємство. URL: <https://opendatabot.ua/c/40308985> (дата звернення: 25.04.2024)
43. ТОВ «Украгропартнер+»: офіційний сайт. URL: <https://ukragropartner.com.ua/> (дата звернення: 23.04.2024)
44. Халіна В. Ю., Корсунський Г. Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. *Молодий вчений*. 2017. № 4.4. С. 116-119.
45. Шереметинська О. В., Гаврилюк О. І. Управління збутовою діяльністю підприємств-суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_1_23 (дата звернення: 02.04.2024)
46. Юровських Є. В., Юровських Н.С. Дослідження поняття «збут». *Науковий альманах*. 2018. №4. С. 183-185.