

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра менеджменту організацій

**Допущено до захисту
Завідувач кафедри**

_____ (підпис)
“ ___ ” _____ 20__ р.

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 073 Менеджмент**

**на тему: «Управління збутовою діяльністю підприємства на ринку послуг
торгівлі канцтоварами»**

Виконавець:

студент групи 45У факультету
менеджменту, обліку та
інформаційних технологій

Постнов Артем Дмитрович _____
/підпис/

Науковий керівник:

Кандидат економічних наук, доцент

Карпенко Юлія Валентинівна _____
/підпис/

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Сутність та завдання збутової діяльності підприємства.....	5
1.2. Методи управління збутовою діяльністю підприємства	10
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СУЧАСНОГО РІВНЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ТЕХНОЮГ» ТА ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ.....	29
2.1 Аналіз тенденцій та перспектив розвитку ринку торгівлі в Україні	29
2.2 Загальна характеристика та аналіз фінансового стану підприємства.....	42
2.3. Аналіз практичних аспектів збутової діяльності підприємства.....	49
2.4 Пропозиції, щодо удосконалення збутової діяльності підприємства.....	55
ВИСНОВОК.....	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	74

ВСТУП

В умовах ринкової економіки успішна збутова діяльність та гнучкість операційної діяльності, орієнтована на потреби клієнтів, є однією з основних умов ефективного функціонування компанії. Реалізація товарів, будучи заключним етапом операційного циклу будь-якого підприємства, забезпечує комерційну спрямованість, виконуючи функцію зв'язку між потребами ринку та можливостями виробника. Складність збутової діяльності, обумовлена змінами конкурентного середовища та підвищенням ризику невизначеності, як в Україні, так і у світі, вимагає пошуку нових, оптимальних підходів до управління збутом торговельних підприємств.

У сучасних умовах роботи торгових компаній, яким притаманний підвищений рівень ризику та невизначеності, використання стратегічного підходу до організації збутової діяльності є єдиною та необхідною умовою їх удосконалення, що забезпечує не лише короткостроковий комерційний успіх, а й посилення стратегічної спрямованості.

Метою роботи є вивчення теоретичних підходів до управління збутовою діяльністю та розробка комплексу пропозицій щодо вдосконалення збутової діяльності ТОВ «ТехноЮг» на ринку послуг торгівлі канцтоварами.

Завдання роботи:

- Розглянути основні методики оцінювання ефективності збутової діяльності;
- Провести аналіз сучасного стану ринку послуг торгівлі канцтоварами в Україні.
- Розробити рекомендації щодо вдосконалення збутової діяльності ТОВ «ТехноЮг».

Об'єктом дослідження є підприємство ТОВ «ТехноЮг». Предметом дослідження є процес управління збутовою діяльністю підприємства.

Методи дослідження, використані в кваліфікаційній роботі, включають: абстрагування (визначення суттєвих ознак та встановлення універсального

визначення поняття "збутова діяльність"), методи аналізу фінансової звітності: (для оцінки фінансового стану та ефективності діяльності ТОВ «ТехноЮг»), PEST-аналіз (для дослідження впливу зовнішніх макроекономічних факторів на ринок торгівлі в Україні), методика оцінки інвестиційної привабливості проекту Європейського банку реконструкції та розвитку (для оцінки привабливості проекту відкриття філії).

Практична значимість роботи. Результати дослідження можуть бути використані ТОВ «ТехноЮг» для оптимізації збутової діяльності, збільшення обсягів продажів та зміцнення конкурентних позицій на ринку канцтоварів.

ВИСНОВОК

За результатами досліджень, виконаних в кваліфікаційній роботі було зроблено наступні висновки:

1. На підставі розгляду методик оцінювання ефективності збутової діяльності було виявлено три основні підходи. Першим є комплексний підхід до оцінювання з використанням показників доходів та прибутку (рентабельності), задоволеності клієнтів. В межах другого підходу враховується специфіка галузі та конкурентного середовища при виборі показників ефективності збутової діяльності. Третім підходом є врахування не тільки фінансових, але й нефінансових показників при оцінці ефективності збутової діяльності. На нашу думку, використання комплексного підходу до оцінки ефективності збутової діяльності дозволяє отримати більш повну та об'єктивну картину, що дає змогу приймати більш ефективні управлінські рішення.

2. В другому розділі було визначено, що ринок характеризується високим рівнем конкуренції, зростанням онлайн-торгівлі та впливом макроекономічних факторів, таких як військова агресія Росії, євроінтеграція та технологічний розвиток. Аналіз зовнішніх факторів виявив, що найбільший вплив на торговельну галузь України має військова агресія Росії. Війна призвела до значних економічних втрат, руйнування інфраструктури, порушення логістики та зменшення купівельної спроможності населення.

3. На основі проведеного аналізу розроблено комплекс пропозицій щодо вдосконалення збутової діяльності ТОВ «ТехноЮг». Основним напрямком удосконалення визначено відкриття філії (складу) в м. Київ. Детально розглянуто технічні аспекти реалізації цього проекту, проведено розрахунок інвестицій та економічного ефекту. Встановлено, що відкриття філії є економічно доцільним та перспективним проектом для ТОВ «ТехноЮг» (окупиться в період до двох років), що дозволить компанії збільшити обсяги продажів, розширити ринок збуту та зміцнити конкурентні позиції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бабух І. Сутність та зміст маркетингового аналізу: теоретичні підходи та прикладні аспекти. Економіка та суспільство. 2021. № 28. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-21>
2. Базилевич, О. В., Парфьонов, Ю. Е. Застосування аналізу великих даних для оцінки ефективності рекламної кампанії підприємства. Тези доповідей, 2021, С.25.
3. Балабанова Л. В. Маркетинг: [підруч]. Донецьк, 2002. - 562 с.
4. Балабанова Л.В., Митрохина Ю.П. Управління збутовою політикою: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
5. Баланюк І. Ф., Іваночко Н. В. Управління збутовою діяльністю підприємств: сутність та значення. Інноваційна економіка. 2015. №2. С. 165–169.
6. Барановський С. І., Шишло С.В. Управління збутом: тексти лекцій для студентів «Маркетинг» очної та заочної форм навчання. Київ, 2014. 106 с.
7. Белінський П.І. Управління матеріально-технічним забезпеченням і збутом. Чернівці: Рута, 2007. 28 с.
8. Березовська Л., Кириченко А. Розвиток електронної комерції в Україні та ЄС. Економіка та суспільство. 2022. № 42. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-42-15>
9. Болквадзе Н., Братко О., Мигаль О. Впровадження штучного інтелекту в бізнес-діяльність компанії. Економіка та суспільство. 2023. № 58. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-58-81>
10. Бондаренко С. М., Касич А. О. Використання концепції загального управління якістю (TQM) в органах місцевого самоврядування. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 2. <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1029>
11. Булик О., Гаврилюк І. Вплив війни на купівельну поведінку споживачів. Bulletin of Lviv national environmental university. series AIC economics. 2023. № 30. С. 175–180.

12. Бурцев В. В. Внутренний контроль сбытовой деятельности предприятий в современных условиях хозяйствования. Менеджмент. 2007. № 6. С. 145–151.
13. Вачевський М. В. Маркетинг для менеджера. Стрий: «Просвіта», 2013. 139с.
14. Височин І., Хмара А. Омніканальність у підвищенні дохідності в ритейлі. Вісник КНТЕУ. 2021. Т. 140, № 6. С. 89–98.
15. Власнюк Г. С., Кавтиш О. П. Систематизація методів оцінювання ефективності збутової діяльності підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 19. С. 213–219.
16. Воробьев Л. А. Основы управления производством. НПЖ «Финансы, учет, аудит», 2018. 195с.
17. Головчук Ю. О., Середницька Л. П. Маркетингова товарна політика — інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. Агросвіт. 2020. № 1. С. 61–68.
18. Гречко А. В., Нечипорук І. В. Методичні підходи до формування й оцінки збутової політики на сільськогосподарських підприємствах. Наук. вісник Херсонського державного університету. 2018. № 30. Ч. 1. С.120-124.
19. Гудзенко, Н. М. Роль обліку збуту для забезпечення контролю процесу реалізації. Науковий вісник НАУ. 2002. Вип. 56. С. 263 – 265.
20. Девальвація української гривні. <https://index.minfin.com.ua/ua/>
21. Економічна правда. Демографічна трагедія України: другий голодомор? Економічна правда. <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/06/28/688487/>
22. Жилка М., Лещенко О. Особливості боротьби з корупцією під час воєнного стану. Юридичний науковий електронний журнал. 2023. №11. С.76–80.
23. Індекс інфляції в Україні 2023. Мінфін. <https://index.minfin.com.ua/ua/economy/index/inflation/>
24. Інфляційний звіт від НБУ за 2023. https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/IR_2023-Q1.pdf?v=4

25. Іщенко (Майбогіна) Н. В. Збутова діяльність промислового підприємства: проблеми та підходи до визначення змісту. Економіка: проблеми теорії та практики: Зб. наук. праць. Вип.. 208, 2005. С.447-455.
26. Київська школа економіки. Оцінка прямих збитків інфраструктури України внаслідок війни станом на червень 2023 року / КСЕ. Київ, 2023. https://kse.ua/wp-content/uploads/2023/09/June_Damages_UKR_-Report.pdf
27. Кирчата І., Шершенюк О. Організація збутової діяльності торговельного підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2021. № 26. С. 56.
28. Колос З. В. Проблеми збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. Агросвіт. 2016. № 10. С. 8–11.
29. Король І. В., Маркетингові комунікації: навч.-мет. Посіб.; МОНУ, Уманський державний пед. ун-т імені П. Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
30. Крикавський Є., Косар Н. Формування збутової стратегії промислового підприємства. Вісник НУ Львівська політехніка. №748. 2012: с. 357-361.
31. Крикавський, Є. В. Логістичне управління: підручник. Львів: Львівська політехніка, 2005. 684с.
32. Лавриненко Е. Т., Невмержицька С.М. Управління конкурентними перевагами підприємства. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2018. № 6 (17). <http://www.easterneurope-ebm.in.ua/index.php/17-2018-ukr>
33. Левікин, І. В., Самойлов М. Г. Дослідження методів оптимізації робочих процесів на сучасному підприємстві. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. (2023): С.72.
34. Лизанець А. Г., Пеленко В. В. Управління збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств. Управління соціально-економічними трансформаціями господарських процесів: реалії і виклики. 2023. № 5. С. 92–94.
35. Лісіцин, Д. К. Визначення поняття збутової діяльності підприємства. Управління розвитком №8. 2014. С.142-144

36. Ляшко І. І. Застосування комерційно-посередницького менеджменту у маркетинговій політиці розподілу. Маркетинг підприємств та територій: зб. наук. пр. Донецьк: ДонДУУ, 2008. Т. ІХ. Вип. 112. С. 240-247.
37. Мельник Т. Ю. Державна підтримка та стимулювання розвитку бізнесу в Україні під час дії воєнного стану. Економіка, управління та адміністрування. 2022. № 2(100). С. 3–11.
38. Музичка Є. О. Оцінка ефективності збутової діяльності торгівельних підприємств. Економічний часопис ХХІ. 2013. № 11-12 (2). С. 64 – 67.
39. Невмержицька С. М. Удосконалення стратегічного управління діяльністю підприємства. Вісник ХНУ. 2011. № 4, Т. 1 (178). С. 179-182.
40. Офіційний курс гривні до іноземних валют
<https://bank.gov.ua/ua/markets/exchangerate-chart>
41. Поліграфічні, мультимедійні та web-технології: тези доп. VIII Міжнар. наук. конф./ред. І.Чеботарьова: ТОВ«Друкарня Мадрид», 2023. Т1. 270с
42. Демограф розповіла, як війна позначиться на кількості населення України. Радіо Свобода. <https://www.radiosvoboda.org/a/news-ukrayina-demografichna-sutyatsiya/32194324.html>
43. Савицька Н. Л. "Управління клієнтським досвідом в контексті розвитку поведінкового маркетингу." Львів: Видавець Кошовий Б.-ПО, 2023.
44. Сак Т., Грицюк Н. Ринок ритейлу в Україні: тенденції та перспективи розвитку в умовах кризи. Економічний Часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. 2020. Т. 2, № 22. С. 33–42.
45. Сакун А. Ж., Карташова О. Г. Структура інформаційного забезпечення управління збутової діяльності підприємства. Економіка та держава номер. №2. 2021. 112-117с.
46. Саннікова С.Ф., Іванова М.В. Аналіз збутової діяльності підприємства на основі оцінки ефективності витрат на збут. Економічний простір. 2017. №117. С. 192-203.
47. Сахацький М. П, Запша Г. М., Крутій Ю. С., Шинкарук Л. В. Маркетинг: навчальний посібник, у 2-х ч. Одеса: Пальміра, 2018. 170 с.

48. Свидрук І. І., Клепанчук О. Ю. Системний аналіз розвитку споживчого ринку України. Herald of Iviv university of trade and economics economic sciences. 2021. № 64. С. 73–81.
49. Сиротко М. В. Торговельна діяльність в Україні: огляд сучасного господарсько-правового регулювання. Юридичний науковий електронний журнал. 7.2023: 182-185.
50. Солтис-Шолудько Н. Ринок роздрібної торгівлі України: основні тенденції розвитку. Modern engineering and innovative technologies. 2020. № 25-04. С. 74–78.
51. Спільник І. В., Загородна О. М. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. Економічний аналіз. 2016. Т. 24. №2. С. 130-140.
52. Стояненко І., Урсатій А. Війна в Україні: наслідки для національної економіки та світу. Advancing in research, practice and education. 2022. С. 171–177.
53. Сущенко Р., Ільченко Н. Адаптація ланцюгів постачання до викликів воєнного стану. Commodities and markets. 2023. Т. 45, № 1. С. 4–16.
54. Укрінформ. Стрес відчувають понад 70% українців, головна причина - агресія рф. Укрінформ - актуальні новини України та світу. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3602316-stres-vidcuvaut-ponad-70-ukrainciv-golovna-pricina-agresia-rf.html>
55. Фатхутдинов Р. А. Производственный менеджмент: Уч. пособие. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 2018. – 447с.
56. Хрупович, С. Є. Економічне оцінювання та управління збутовою діяльністю підприємств: автореф. дис.... канд. екон. наук: спец. 08.06.01/ С.Є. Хрупович. – Л.: Львівська політехніка, 2005. – 22с.
57. Хрупович С., Борисова Т. Теоретичні підходи до організування процесу збуту на підприємстві. Галицький економічний вісник. 2009. № 2. С. 57 – 61.
58. Цалко Т. Р. Система ключових показників ефективності як запорука ефективного управління бізнес-процесами в компанії. Проблеми системного підходу в економіці. 2019. Вип. 6 (74). С. 160-167

59. Цалко Т. Р., Харченко Т.О., Хондока А.М. Особливості формування конкурентних переваг на підприємстві. Ефективна економіка. 2019. № 9.
60. Шандрівська О. Є., Антіш І. Т. Ринок непродовольчих товарів в Україні: тенденції розвитку в умовах кризи. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2020. № 2. С. 212–220.
61. Шевчик М. Г. Інструменти оцінки збутової політики підприємства. Наук. вісн. Нац. ун-ту біоресурсів і природокористування України. 2010. № 154, ч. 2 : Економіка, аграрний менеджмент та бізнес. С. 324–332.
62. Шереметинська О., Гаврилюк О. Управління збутовою діяльністю підприємств-суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах. Ефективна економіка 1 (2016).
63. Шубалий О. Аналіз поведінки європейських інвесторів під час війни в Україні. Економічний форум. 2023. Т. 1, № 4. С. 50–55.
64. Horodniak I., Hnativ Y. Analysis of the ukrainian retail trade market. Economic scope. 2023. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/187-8>
65. Kotler Ph., Armstrong G., Opresnik M. Authorized adaptation from the United States edition, entitled Principles of Marketing, 17 ed. Pearson Education. 2018
66. Kryveshko O., Shparyk Y., Melnyk N. Features of inventory management in crisis. Efektyvna ekonomika. 2022. № 5. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105-2022.5.93>
67. Kuzo N. J., Kosar N. S. Wholesale trade in Ukraine: main trends of development and features of marketing decisions of subjects under the conditions of marital law. Economics and law. 2022. № 3. С. 106–114.
68. Marchuk O. O. Digital marketing as an innovative management tool. Economy and society. 2018. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-17-43>
69. Pylypchuk V. Social networks in the process of promotion of the enterprise services. Scientific bulletin of mukachevo state university. 2018. № 2(10). С. 60–65.
70. Sirenko S. Current state, problems and prospects of the development of domestic trade of Ukraine. Herald of Khmelnytskyi National University. Economic sciences. 2023. Т. 316, № 2. С. 230–234.