

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра менеджменту

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

– Кузнецова І.О.

“ ”

2019 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 073 Менеджмент

на тему: "Управління збутовою діяльністю торговельного підприємства"

Виконавець:

студент факультету економіки та
управління підприємництвом
Цигипа Валерія Юріївна_

/підпис/

Науковий керівник:

канд.екон.наук, доцент

Карпенко Юлія Валентинівна _

/підпис/

Одеса 2019

ЗМІСТ

	стор.
ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА	5
1.1. Сутність збутової діяльності підприємств	5
1.2. Процес управління збутовою діяльністю підприємств: основні етапи та їх зміст	10
1.3. Основні показники управління збутовою діяльністю підприємств	16
РОЗДІЛ 2. ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА "ПРАЙМ-ОФІС"	23
2.1. Аналіз ринку послуг торгівлі України	23
2.2 Загальна характеристика та аналіз фінансових показників ТОВ "Прайм-офіс"	33
2.3. Аналіз практики управління збутовою діяльністю ТОВ "Прайм-офіс"	40
2.4. Пропозиції щодо удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ "Прайм-офіс"	45
ВИСНОВКИ	61
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	62

ВСТУП

На сьогодні економіка України розвивається досить динамічно. Тому, щоб не відставати від прогресу, багато підприємств змушені розвиватись, пропонуючи ринку нові товари. На сьогоднішній день ринки насичені товаром, підприємства активно конкурують, що підкреслює актуальність управління збутовою діяльністю. Послуга або товар, котрий виробляє або надає підприємство, повинні бути реалізовані з урахуванням побажань споживачів, що принесе підприємству максимальний прибуток. Отже, головна задача будь-якого підприємця полягає у поєднанні вподобань споживачів та власних виробничих можливостей. В такому випадку підприємець матиме можливість довести споживачам переваги своєї продукції або послуги.

Метою даної кваліфікаційної роботи є дослідження теоретичних основ управління збутовою діяльністю підприємства та розробка на підставі отриманих знань плану заходів щодо збільшення збуту продукції ТОВ «Прайм-офіс».

Для досягнення поставленої мети потрібно вирішити такі задачі:

- вивчити теоретичні основи управління збутовою діяльністю підприємства, а саме дослідити сутність поняття "збутова діяльність підприємства";
- проаналізувати ринок оптової торгівлі України;
- розробити заходи щодо удосконалення управління збутовою діяльністю ТОВ «Прайм-офіс».

Об'єктом дослідження є торговельне підприємство ТОВ «Прайм-офіс».

Предметом дослідження є: процес управління збутовою діяльністю оптового торговельного товариства.

В роботі запропоновано практичні рекомендації щодо удосконалення збутової діяльності підприємства шляхом відкриття магазину роздрібною торгівлі побутовою технікою.

У процесі дослідження було використано: метод абстрагування (для уточнення сутності поняття "збутова діяльність"), PEST – аналіз (для аналізу розвитку ринку оптової торгівлі), методи аналізу фінансової звітності; матрицю Ансоффа (для вибору стратегічної альтернативи напрямку розвитку бізнесу), методика Європейського банку реконструкції і розвитку (для оцінки інвестиційної привабливості проекту).

Практичною рекомендацією є пропозиція відкриття магазину роздрібної торгівлі, обґрунтована відповідними розрахунками.

Теоретичною та методологічною основою дослідження є матеріали періодичних та електронних публікацій, наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, закони України.

ВИСНОВОК

У ході проведеної роботи нами були зроблені наступні висновки.

Аналіз наукових доробок авторів в галузі управління збутовою діяльністю дозволив виявити, що збутова діяльність – це сукупність операцій руху готового товару чи послуги на ринок і організація розрахунків зі споживачем, що дозволить не тільки задовольнити потреби останнього, але й отримати підприємницький прибуток.

За результатами PEST – аналізу ринку оптової торгівлі України можемо зробити певний висновок, що найбільш впливовішим фактором являється економічний, тобто на розвиток підприємницької діяльності впливає рівень доходів населення, курс валют, який постійно змінюється. Крім того, важливу роль відіграє чинник купівельної спроможності населення. Виходячи з загальної бальної оцінки ринку, можна сказати, що оптова торгівля розвивається успішно, оскільки підприємства вчасно звертають увагу на поточні і прогнозовані чинники зовнішнього середовища та намагаються звести їх до мінімуму.

З урахуванням тенденцій зміни зовнішнього середовища та внутрішніх можливостей підприємства у кваліфікаційній роботі запропоновані заходи для удосконалення його роботи, а саме було запропоновано відкриття нового магазину роздрібної торгівлі побутовою технікою. В магазині буде запропоновано побутову техніку від виробників за привабливими цінами та гарантією якості. За результатами оцінки інвестиційної привабливості проекту (чистий приведений дохід 362,85 тис. грн., індекс доходності 1,65, термін окупності 1 рік та 2,5 міс) даний проект можна рекомендувати до реалізації

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Закон України „Про підприємства в Україні” від 27.03.91р // Відомості Верховної Ради України
2. Лазебник Л.Л. Кон’юктурні дослідження на світових ринках : Підручник. – Ірпінь., 2003. – 92 с
3. Герасимчук В.Г. Управление маркетингом : учеб. пособие / В.Г. Герасимчук. – К. : ІСДО, 2006. – 424 с.
4. Пересадько Г.О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства / Г.О. Пересадько, О.В. Пересадько, О.В. Радченко, С.І. Наumenко // Механізм регулювання економіки. Міжнародний науковий журнал. – 2010. – Т. 3, № 3 (48). – С. 72-80.
5. Грицюк, Е. О. Економіка підприємства: навчальний посібник. - К. :Дакор, 2009. - 304 с.
6. Зозулєв А.В., Кубышина Н.С. Маркетинг: Учеб. Пособие. – К.: Знання; М.: Рыбари, 2011. – 421 с.
7. Пеліхов Є. Ф. Економіка сучасного підприємства: навч.- метод. і практ. посібник. - К. : Хай-Тек Прес, 2009. - 344 с
8. Попович П.Я. Економічний аналіз діяльності суб’єктів господарювання: Підручник. — К.: Знання, 2008. — 630 с.
9. Тарасюк Г.М., Шваб Л.І. Планування діяльності підприємства: Навч. посібник. – К.: Кондор, 2011. – 368 с.
10. Kapp T.O. (2009), “Sales policy Bearing Company”, Economics and Management, vol. 12(61), pp. 219 – 223.
11. Балабаниць, А. В. Збутова діяльність торговельних підприємств в умовах маркетингової орієнтації: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.06.02 / А. В. Балабаниць. - Донецьк, 2007. - 20 с.
12. Фатхутдінов Р. А. Виробничий менеджмент: Учеб. - М., 1997.
13. Балабанова Л. В., Митрохіна Ю. П. Управління збутовою політикою. Навч. посіб.- К .: Центр учбової літератури, 2011. - 240 с.

- 14.Ямкова О.М.Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О.М. Ямкова // Економіка і управління. – 2012. – С. 52-59.
- 15.Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств / К.О. Глазкова – Збутова політика фірми: практичний посібник. - М., 2008.-120с
- 16.Вісник КНУТД Проблеми економіки організацій та управління підприємствами – 2014. – № 3. – С. 102-107.
- 17.Гінгстон П. Найкраща книжка про збут і маркетинг. – Львів., 1996. -208 с
- 18.Мокін Б.І. Методологія та організація наукових досліджень :навчальний посібник / Б.І. Мокін,О.Б. Мокін. – Вінниця : ВНТУ, 2014. – 180 с.
- 19.Основи економічної теорії :підручник / А. А. Чухно, П. С. Єщенко, Г. Н. Климко та ін. – К. :Вища школа, 2001. – 606 с.
- 20.Карпенко Ю.В., Процес операційного управління відносинами з постачальниками // Науковий вісник ОНЕУ. – 2017. – № 5 (247). – 192 с. – С. 69-84
21. Макогон Ю. В. Основи наукових досліджень в економіці: навч. посіб. / Ю. В. Макогон,В. В. Пилипенко. – Донецьк : Альфа-прес, 2007. – 144 с.
- 22.Філософський енциклопедичний словник / Голова ред. колегії В. І. Шинкарук. – К. : Абрис,2002. – 742 с
- 23.Філіпенко А. С. Основи наукових досліджень :навч. посіб. / А.С. Філіпенко. – К. :Академвидав,2005. – 208 с
- 24.А. М. Третяка. Навчальний посібник. - Вінниця: Нова Книга, 2006 - 360 с.
- 25.Годин А. М. Маркетинг : учебник / А. М. Годин. – 3-е изд. – М. : Дашков и К , 2006. –402 с
- 26.Крылова Г. Д. Маркетинг. Теория и 86 ситуаций :учебн. пособ. для вузов / Г. Д. Крылова,М. И. Соколова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 519 с
- 27.Ямкова О.М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств / О.М. Ямкова // Економіка і управління. – 2012. – № 2. – С. 52-59.

- 28.Шпилик С. Управління збутовою діяльністю підприємства / С. Шпилик // Галицький економічний вісник. — 2012. — № 4(37). — С. 88—95.
- 29.Поплавська Ж. В. Сутність життєвого циклу підприємства та фактори, що впливають на його формування / Ж. В. Поплавська // Науковий вісник НЛТУ України. — 2008. — № 18.8. — С. 169-174.
30. Кублікова Т. Б. Управління інноваціями: теорія та практика: навчальний посібник / Т. Б. Кублікова. — Одеса: Астропринт, 2014. — 236 с.
- 31.Кузнецова І.О., Карпенко Ю.В. Планування діяльності підприємств: структурний аспект: монографія / І.О. Кузнецова, Ю.В.Карпенко. — Одеса: ОНЕУ, 2012. — 209 с.
- 32.Музичка Є.О. Оцінка ефективності збутової діяльності торговельних підприємств / Є.О. Музичка // Економічний часопис ХХІ. — 2013. — №11-12(2). — С.64 – 67.
- 33.Дубівка Д.В. Поняття «збут» в системі управління підприємством / Д.В. Дубівка // Економіка та держава. — 2013. — №2. — С. 93-96.
- 34.Гавриловський О.С. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу й маркетинг / О.С. Гавриловський //Науковий вісник Херсонського державного університету. — 2014. —С. 118-120.
- 35.Винкельманн П. Маркетинг и сбыт. Основы ориентированного на рынок управления компанией / П. Винкельманн. — М.: Бизнес Букс, 2013. — 668 с.
- 36.Кравченко М. С. Аналіз сучасного стану розвитку торговельної галузі України / М. С. Кравченко // Вісник Приазовського державного технічного університету :зб. Наукових праць / ПДТУ. — Маріуполь, 2016. — Вип. 31,Т. 2. — С. 139–145. — (Серія :Економічні науки).
- 37.Сасенко М. Г. Стратегія підприємства : [Підручник] / М. Г. Сасенко.— Тернопіль : «Економічна думка», 2006.—390 с.
- 38.Швестко В.О. Тенденції розвитку корпоративних роздрібних торговельних мереж України // Ефективна економіка. — 2015. - №12. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=8&w>

38. Інформація щодо динаміки основних економічних показників України статистичного характеру // Сайт Держстату [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>