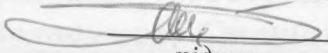


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

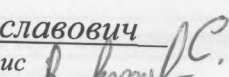
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»


Допускається до захисту
Зав. кафедри підприємництва, торгівлі
назва кафедри
та біржової діяльності

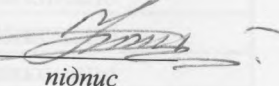
 професор Сатур Л.М.
підпис, вчене звання, прізвище, ініціали
« 22 » лютого 2019 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

(за матеріалами ТОВ Агрофірми «ДіМ» с. Дрозди
Білоцерківського району Київської області)

Виконав Ліченко Володимир Станіславович
прізвище, імя, по батькові, підпис 


Керівник к.е.н Непочатенко А.В.
вчене звання, прізвище, ініціали 

Рецензент доцент, к.е.н Хомяк Н.В.
вчене звання, прізвище, ініціали 

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет _____ Економічний _____
Спеціальність _____ 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» _____

Затверджую:

Завідувач кафедри підприємництва
торгівлі та біржової діяльності
д.е.н, професор Сатир Л.М. 
вчене звання, прізвище, ініціали
25 вересня 2018 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу
Ліченку Володимиру Станіславовичу

прізвище, ім'я та по батькові

Тема: «Напрями удосконалення збутової діяльності підприємств (за матеріалами ТОВ Агрофірми «ДіМ» с. Дрозди Білоцерківського району Київської області)»

Затверджено наказом ректора № 944/в від 28 листопада 2019 року
Термін здачі студентом готової кваліфікаційної роботи в деканат: до «26» 12 2019 р.

Перелік питань, що розробляються в роботі. а) *теоретико-методологічна частина*: розкрити сутність та зміст понять «збут», «збутова діяльність» та «стратегія збуту» й виділити основні фактори, що здійснюють вплив на їх формування; дослідити теоретичні основи управління збутовою діяльністю підприємств за сучасних умов господарювання; висвітлити методичні підходи щодо оцінки збуту та результатів його стимулювання.

б) *дослідницько-аналітична частина*: провести організаційно-економічну характеристику досліджуваного підприємства, дослідити стан забезпеченості його ресурсами й виділити основні проблеми розвитку; провести аналіз розподілу виробленої продукції сільського господарства в ТОВ Агрофірмі «ДіМ»; провести аналіз існуючої системи збуту в господарстві та оцінити ефективність її функціонування; оцінити рівень конкурентоспроможності продукції сільського господарства в ТОВ Агрофірмі «ДіМ».

в) *проектно-рекомендаційна частина*: виділити основні напрями удосконалення стратегії збутової діяльності досліджуваного підприємства; провести економічне обґрунтування запропонованого до створення відділу збуту в ТОВ Агрофірмі «ДіМ».

Вихідні дані: Нормативно-правові акти України, монографічна література, періодичні видання, матеріали мережі інтернет, річна, фінансово-економічна звітність та практичні матеріали досліджуваного підприємства.

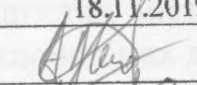
Календарний план виконання роботи

Етап виконання	Дата виконання етапу	Відмітка про виконання
Огляд літератури	01.10.2018 р.- 25.12.2018 р.	виконано
Методична частина	21.01.2019 р.- 30.04.2019 р.	виконано
Дослідницька частина	10.05.2019 р.- 30.08.2019 р.	виконано
Оформлення роботи	02.09.2019 р.- 18.10.2019р.	виконано
Перевірка на плагіат	25.10.2019 р.	виконано
Подання на рецензування	05.11.2019 р.	виконано
Попередній розгляд на кафедрі	18.11.2019 р.	виконано

Керівник кваліфікаційної роботи

Здобувач

Дата отримання завдання « 26 » вересня 2018 р.


підпис
В. Ліченко
підпис

доцент Непочатенко А.В.
вчене звання, прізвище, ініціали
Ліченко В.С.
прізвище, ініціали

РЕФЕРАТ

Ліченко В.С. Напрями удосконалення збутової діяльності підприємств (за матеріалами ТОВ Агрофірми «ДіМ» с. Дрозди Білоцерківського району Київської області)

Досліджено теоретико-методичні засади формування стратегії збутової діяльності підприємства та основні методичні підходи до оцінки ефективності збуту і результатів його стимулювання, обґрунтовано напрями удосконалення стратегії на основі аналізу системи збуту діючого підприємства.

Використано методичні підходи, методи: монографічний – при аналізі збутової діяльності в досліджуваному підприємстві та виділенні факторів, які є визначальними при формуванні ефективної стратегії збутової діяльності; історичний метод – для розкриття сутності понять «збут» та «збутова діяльність»; порівняння – при проведенні аналізу сучасного стану збутової діяльності ТОВ Агрофірми «ДіМ»; графічний – при дослідженні зв'язків, виявленні тенденцій та закономірностей щодо формування ефективної стратегії збуту підприємства; розрахунково-аналітичний та абстрактно-логічний – при економічному обґрунтуванні запропонованого до створення відділу збуту; індукція, дедукція – для узагальнення та при формуванні висновків.

Виявлено (з'ясовано, доведено, підтверджено). Виявлено в результаті комплексного аналізу збутової діяльності ТОВ Агрофірми «ДіМ» ряд проблем організаційно-економічного характеру щодо забезпечення формування ефективної стратегії збуту в досліджуваному підприємстві. Запропоновано й економічно обґрунтовано доцільність створення відділу збуту в ТОВ Агрофірмі «ДіМ».

Зроблено висновок, що за для підвищення ефективності збутової діяльності в ТОВ Агрофірмі «ДіМ», враховуючи специфіку його діяльності, рівень та напрям спеціалізації – є доцільним використання комплексу наступних інструментів маркетингових комунікацій: email - реклама; друкована реклама; участь підприємства у сезонних ярмарках з продажу виробленої ним продукції сільського господарства та участь у спеціалізованих виставках.

Одержані результати мають практичне значення і можуть бути використані фахівцями, які працюють над проблемою удосконалення стратегії збутової діяльності підприємств й пошуком шляхів підвищення результативності системи товаропросування продукції сільського господарства на ринок за сучасних умов господарювання.

Кваліфікаційна робота магістра містить 111 сторінок, 32 таблиці, 8 рисунків, 4 додатки, список використаних джерел із 82 найменувань.

Ключові слова: збут, збутова діяльність, збутова політика, збутова стратегія, система збуту, маркетинг, аутсорсинг, бенчмаркінг, канали розподілу продукції.

ANNOTATION

Lichenko V.S. *Areas of improvement of marketing activity of enterprises (according to the materials of LLC AF «DiM» Drozdy village Belotserkovsky district of Kyiv region)*

It has been investigated theoretical and methodological bases of formation of strategy of marketing activity of the enterprise and basic methodical approaches to estimation of efficiency of sale and results of its stimulation, directions of strategy improvement on the basis of analysis of system of sale of operating enterprise are exposed and substantiated.

It has been used such methodical approaches, methods: monographic – in the analysis of marketing activities in the studied enterprise and the selection of factors that are decisive in the formation of an effective marketing strategy; historical method – to reveal the essence of the concepts of «sales of products» and «sales strategy»; comparison – when conducting an analysis of the current state of marketing activities of LLC AF «DiM»; graphic – in the study of relationships, identifying trends and patterns to formulate an effective enterprise marketing strategy; computational-analytical and abstract-logical – at justification of the offered to creation of sales department and optimization of channels of realization of production of the enterprise; induction, deduction – for generalization and in drawing conclusions.

It was revealed (proved, verified). As a result of a complex analysis of the marketing activities of LLC AF «DiM» a number of problems of organizational and economic nature to ensure the formation of an effective marketing strategy in the studied enterprise. It is proposed and economically feasible to create a sales department in LLC AF «DiM».

The conclusion, that in order to increase the efficiency of marketing activities in LLC AF «DiM», taking into account the specifics of its activities, the level and direction of specialization – it is advisable to use a set of the following tools of marketing communications: email advertising; print advertising; participation of the enterprise in seasonal fairs for sale of agricultural products produced by it and participation in specialized exhibitions.

The results are of practical importance and can be used by specialists who are working on the problem of improving the marketing strategy of enterprises and finding ways to improve the performance of the system of marketing of agricultural products on the market under modern conditions of management.

Master's qualification work contains 111 pages, 32 tables, 8 drawings, 4 appendices, a list of used sources of 82 titles.

Keywords: product sales, marketing activities, sales policies, marketing strategies, marketing systems, marketing, outsourcing, benchmarking, product distribution channels.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	7
1.1. Сутність та зміст стратегії збуту підприємства.....	7
1.2. Управління збутовою діяльністю та формування стратегії підприємства.....	15
1.3.Методика оцінки збуту та результатів його стимулювання в сучасних умовах господарювання.....	28
Висновки до розділу 1.....	36
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОВ АГРОФІРМІ “ДІМ”.....	38
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	38
2.2. Аналіз збутової діяльності в ТОВ Агрофірмі “ДІМ”.....	54
2.3. Оцінка ефективності системи збуту та просування продукції досліджуваного підприємства на ринок.....	67
Висновки до розділу 2.....	70
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ.....	74
3.1. Аутсорсинг як ефективний засіб зниження витрат виробництва та інструмент оптимізації бізнес-процесів аграрних підприємств.....	74
3.2. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства.....	82
3.3. Економічне обґрунтування доцільності впровадження на підприємстві відділу збуту.....	88
Висновок до розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	103
ДОДАТКИ.....	111