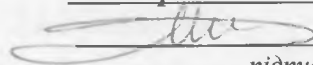


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Допускається до захисту

Зав. кафедри підприємництва, торгівлі
назва кафедри

та біржової діяльності

 професор Сатур Л.М.
підпис, вчене звання, прізвище, ініціали

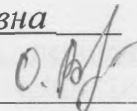
« 22 » листопада 2019 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

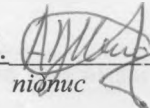
УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

(за матеріалами ТОВ СВК ім. Щорса с. Яблунівка
Білоцерківського району Київської області)

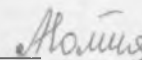
Виконала Виговська Оксана Борисівна
прізвище, ім'я, по батькові, підпис



Керівник доцент Непочатенко А.В.
вчене звання, прізвище, ініціали

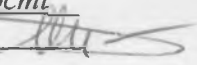

підпис

Рецензент доцент Томілова –Яремчук Н.О.
вчене звання, прізвище, ініціали


підпис

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

Виговській Оксані Борисівні

прізвище, ім'я та по батькові

Тема: «Удосконалення стратегії збутової діяльності аграрних підприємств (за матеріалами ТОВ СВК ім. Щорса с. Яблунівка Білоцерківського району Київської області)»

Затверджено наказом ректора № 934 від 28.11.2018

Термін здачі студентом готової кваліфікаційної роботи в деканат: до «13» 12 2019 р.

Перелік питань, що розробляються в роботі. а) *теоретико-методологічна частина*: розкрити сутність та зміст понять «збутова політика» та «стратегія збуту» підприємства 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 СВК ім. Щорса; провести аналіз існуючої системи збуту в господарстві та оцінити ефективність її функціонування; оцінити рівень конкурентоспроможності продукції сільського господарства в ТОВ СВК ім. Щорса.

в) *проектно-рекомендаційна частина*: провести економічне обґрунтування запропонованого до створення відділу збуту в ТОВ СВК ім. Щорса; провести оптимізацію каналів збуту продукції в досліджуваному підприємстві та дослідити вплив зміни каналу реалізації на основні результативні показники господарської діяльності ТОВ СВК ім. Щорса.

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.	<i>виконано</i>
Методична частина	21.01.2019 р.- 30.04.2019 р.	<i>виконано</i>
Дослідницька частина	10.05.2019 р.- 30.08.2019 р.	<i>виконано</i>
Оформлення роботи	02.09.2019 р.- 18.10.2019 р.	<i>виконано</i>
Перевірка на плагіат	25.10.2019 р.	<i>виконано</i>
Подання на рецензування	05.11.2019 р.	<i>виконано</i>
Попередній розгляд на кафедрі	18.11.2019 р.	<i>виконано</i>

Керівник кваліфікаційної роботи

Здобувач

Дата отримання завдання «26» вересня 2018 р.

доцент Непочатенко А.В.
вчене звання, прізвище, ініціали
Виговська О.Б.
прізвище, ініціали

РЕФЕРАТ

Виговська О.Б. Удосконалення стратегії збутової діяльності аграрних підприємств (за матеріалами ТОВ СВК ім. Щорса с. Яблунівка Білоцерківського району Київської області)

Досліджено теоретико-методичні засади формування стратегії збутової діяльності підприємства й основні методичні підходи до оцінки ефективності збуту та результатів його стимулювання.

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 «стратегія збуту»; порівняння – при проведенні аналізу сучасного стану збутової діяльності ТОВ СВК ім. Щорса; графічний – при дослідженні зв'язків, виявленні тенденцій та закономірностей щодо формування ефективної стратегії збуту підприємства; розрахунково-аналітичний та абстрактно-логічний – при обґрунтуванні запропонованого до створення відділу збуту й оптимізації каналів реалізації продукції підприємства; індукція, дедукція – для узагальнення та при формуванні висновків.

Виявлено (з'ясовано, доведено, підтверджено). Виявлено в результаті комплексного аналізу збутової діяльності ТОВ СВК ім. Щорса ряд проблем організаційно-економічного характеру щодо забезпечення формування ефективної стратегії збуту в досліджуваному підприємстві. Запропоновано й економічно обґрунтовано доцільність створення відділу збуту в ТОВ СВК ім. Щорса, доведено доцільність переходу на прямий канал збуту молока незбираного шляхом створення власної фірмової мережі з продажу молока незбираного в м. Біла Церква.

Зроблено висновок, що за для підвищення ефективності збутової діяльності в ТОВ СВК ім. Щорса, 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 123 сторінки, 20 таблиць, 8 рисунків, 13 формул, 3 додатки, список використаних джерел із 78 найменувань.

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

ANNOTATION

Vygovskaya O.B. Improvement of marketing strategy of agricultural enterprises (according to the materials materials of LLC SVK «Shorsa» Yablunivka 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.

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 the studied farm; 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). The complex analysis of the marketing activity of the investigated enterprise revealed a number of problems of organizational and economic nature to ensure the formation of an effective marketing strategy in the investigated enterprise. The expediency of establishing a sales department in the studied enterprise is proposed and substantiated, and the expediency of switching to a direct milk distribution channel uncovered by establishing its own branded milk sales network in the town of Bila Tserkva.

The conclusion, that in order to increase the efficiency of marketing activity to the investigated enterprise, taking into account the specifics of its activity, the level and direction of specialization – it is advisable to use a set of the following marketing communication tools: 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 123 pages, 20 tables, 8 drawings, 13 formulas, 3 appendices, a list of used sources of 78 titles.

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

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	9
1.1. Сутність та зміст стратегії збуту підприємства.....	9
1.2. Управління збутовою діяльністю та формування стратегії підприємства.....	17
1.3. Методика оцінки збуту та результатів його стимулювання в сучасних умовах господарювання.....	32
Висновки до розділу 1.....	39
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТОВ СВК ІМ. ЩОРСА.....	41
2.1. Організаційно-економічна характеристика підприємства.....	41
2.2. Аналіз збутової діяльності ТОВ СВК ім. Щорса.....	54
2.3. Оцінка ефективності системи збуту та просування продукції досліджуваного підприємства на ринок.....	65
Висновки до розділу 2.....	70
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	74
3.1. Удосконалення системи планування збуту в ТОВ СВК ім. Щорса.....	74
3.2. Використання маркетингових комунікацій як чинник підвищення ефективності збутової стратегії підприємства.....	85
3.3. Оптимізація каналів збуту та покращення якісних характеристик продукції в ТОВ СВК ім. Щорса.....	93
Висновки до розділу 3.....	104
ВИСНОВКИ І ПРОПОЗИЦІЇ.....	107
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	115
ДОДАТКИ.....	123