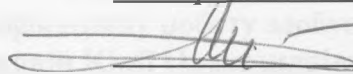


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

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
« 24 » листопада 2019 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

«Удосконалення системи збуту продукції тваринництва у аграрних формуваннях» (за матеріалами ДП ДГ „Христинівське” Христинівського району Черкаської області)

Виконала Сугакова Юлія Олександрівна
прізвище, ім'я, по батькові, підпис

Керівник доцент Стаднік Л.І.
вчене звання, прізвище, ініціали, підпис

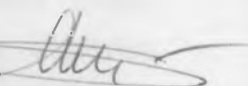
Рецензент доцент Вихор М.В.
вчене звання, прізвище, ініціали, підпис

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
професор Сатур Л.М. 
вчене звання, прізвище, ініціали
«25» вересня 2018 р.

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувачу

Сугаковій Юлії Олександрівні

прізвище, ім'я та по батькові

Тема: «Удосконалення системи збуту продукції тваринництва у аграрних формуваннях (за матеріалами ДП ДГ „Христинівське” Христинівського району Черкаської області)

Затверджено наказом ректора № 943/ від 28 листопада 2018 року

Термін здачі студентом готової кваліфікаційної роботи в деканат: до «23» 12 2019 р.

Перелік питань, що розробляються в роботі:

Метою роботи є аналіз існуючого стану управління виробничо-збутовою діяльністю та шляхи його удосконалення.

Досягнення поставленої мети зумовлює вирішення наступних завдань:

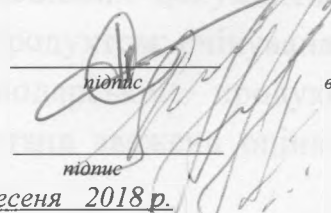
- розглянути сутність процесу управління, його функції, закони, методи;
- визначити та охарактеризувати особливості управління збутовою діяльністю в сільському господарстві;
- здійснити діагностику системи управління виробничо-збутовою діяльністю на досліджуваному підприємстві;
- визначити та обґрунтувати напрями удосконалення управління виробничо-збутовою діяльністю на підприємстві

Об'єктом дослідження є сукупність відносин, що складаються в процесі збуту тваринницької продукції ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

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.- 18.10.2019 р.	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

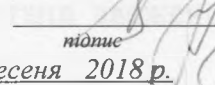
Керівник кваліфікаційної роботи


підпис

доцент Стаднік Л.І.

вчене звання, прізвище, ініціали

Здобувач


підпис

Сугакова Ю.О.

прізвище, ініціали

Дата отримання завдання «26» вересня 2018 р.

РЕФЕРАТ

Сугакова Юлія Олександрівна. Кваліфікаційна робота на тему: «Удосконалення системи збуту продукції тваринництва у аграрних формуваннях» (за матеріалами ДП ДГ „Христинівське” Христинівського району Черкаської області) – Рукопис

Кваліфікаційна робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «магістр» за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». – Білоцерківський національний аграрний університет. – Біла Церква, 2019.

Досліджено сукупність теоретичних, методичних та практичних аспектів функціонування системи збуту тваринницької продукції ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.

Використано методичні підходи, методи. Для вирішення поставлених у роботі завдань використовувалися такі методи дослідження: історичний і логічний методи; абстрактно-логічний; статистико-економічний; монографічний; розрахунково-конструктивний. Вказані методи в поєднанні з відібраною системою інформації складають методіку дослідження обраної теми.

Виявлено, що сільськогосподарські підприємства обмежені у виборі каналів реалізації продукції. Основними причинами цього є: недостатність ресурсів, нерозвиненість відповідної інфраструктури ринку, брак інформації про ринкову ситуацію та недостатня підготовка персоналу з маркетингу й продажу. Складною залишається проблема реалізації продукції господарствами населення. Лише третина виробленого в господарствах населення м'яса та молока реалізується за їх межі. Решта виробленої продукції використовується в домогосподарствах для особистого споживання та на корм тваринам.

Зроблено висновок, що здійснюючи вибір каналу реалізації, ДП ДГ «Христинівське» повинно враховувати ефективність такого каналу, витрати на збутову діяльність (користування каналом), формування позиції виробника на ринку. Оцінюючи посередника, який пропонує свої послуги в системі збуту, треба враховувати такі критерії: його відповідність цілям і стратегії розвитку виробника; позиція посередника на цільовому ринку, зокрема наявність у нього дозвільних документів; ресурсний потенціал і досвід роботи з пропонованим продуктом; очікувана ефективність співпраці з ним виробника сільськогосподарської продукції. Для узагальнення інформації може бути використана зважена оцінка. На основі цієї оцінки проводять селекцію покупців.

Одержані результати можуть бути використані у:

- науково – дослідній роботі: для подальшого вивчення проблем, пов'язаних з удосконаленням системи збуту продукції тваринництва у аграрних формуваннях;
- виробничій діяльності: при удосконаленні системи збуту продукції тваринництва в сільськогосподарських підприємствах;
- навчальному процесі: при підготовці курсу лекцій, методичних і навчальних посібників, а також підручників для вищих навчальних закладів.

В результаті проведеного дослідження запропоновано інструменти удосконалення системи збутової діяльності сільськогосподарських підприємств. Зокрема, обґрунтовані рекомендації щодо вибору каналів збуту сільськогосподарської продукції, та комунікаційна політика як необхідна складова успішної системи збуту продукції.

Кваліфікаційна робота магістра містить 103 сторінки, 9 таблиць, 7 рисунків, список використаних джерел із 62 найменувань, 2 додатків.

Ключові слова: збутова орієнтація, реалізація продукції, продукція тваринництва, канал розподілу, система збуту сільськогосподарської продукції, гуртова торгівля, комунікаційна політика, рекламна діяльність.

ANNOTATION

Sugakova Yulia Alexandrovna. Qualification work on the topic: "Improvement of the system of marketing livestock products in agrarian units" (according to materials of SE "Khristinovske" of Khristinovsky district of Cherkasy region) – Manuscript

Qualification work for the acquisition of the educational-qualification level "Master" in the specialty 076 "Entrepreneurship, trade and exchange activity". – Bila Tserkva National Agrarian University. - Bila Tserkva, 2019.

It has been investigated the set of theoretical, methodological and practical aspects of the functioning of the system of sale of livestock products of the state enterprise "Khristinovske" of the Khristinovsky district of Cherkasy region.

It has been used such methodical approaches, methods. The following research methods were used to solve the problems set in the work: historical and logical methods; abstract-logical; statistical and economic; monographic; design and construction. These methods, in combination with the selected system of information, constitute the methodology for the study of the chosen topic.

It was revealed (proved, verified) that agricultural enterprises are limited in the choice of channels of sale of products. The main reasons for this are: insufficient resources, underdeveloped market infrastructure, lack of information on the market situation and insufficient training of marketing and sales staff. The problem remains the problem of selling products by households. Only a third of meat and milk produced on farms is sold outside their borders. The rest of the production is used in households for personal consumption and animal feed.

It has been concluded that in selecting a sales channel, SE "Khristinovske" should take into account the effectiveness of such a channel, the cost of marketing activities (use of the channel), the formation of the position of the manufacturer in the market. When evaluating an intermediary that offers its services in the sales system, the following criteria should be considered: its compliance with the goals and strategies of the manufacturer; the position of the intermediary in the target market, in particular the presence of the permit documents; resource potential and experience with the product offered; the expected effectiveness of cooperation with the agricultural producer. A weighted estimate can be used to summarize the information. Based on this assessment, a selection of buyers is carried out.

The results can be used in:

- research work: to further study the problems associated with improving the system of marketing livestock products in agrarian units;
- production activities: with improved marketing systems for livestock products in agricultural enterprises;

- the educational process: when preparing the course of lectures, methodological and educational manuals, as well as textbooks for higher education institutions.

As a result of the conducted research, instruments for improving the marketing system of agricultural enterprises were proposed. In particular, the recommendations on the choice of agricultural marketing channels and communication policy as a necessary component of a successful marketing system are substantiated.

Master's thesis contains 103 pages, 9 tables, 7 drawings, a list of sources used of 62 titles, 2 annexes.

Keywords: marketing orientation, sales of products, livestock products, distribution channel, marketing system for agricultural products, wholesale trade, communication policy, advertising.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗБУТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ	6
1.1. Збутова орієнтація в системі концепцій діяльності підприємств	6
1.2. Особливості організації збуту сільськогосподарської продукції	15
1.3. Дослідження збуту сільськогосподарської продукції.....	26
Висновки до розділу 1.....	35
РОЗДІЛ 2. СТАН ВИРОБНИЦТВА І ЗБУТУ ТВАРИННИЦЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ В ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ»	36
2.1. Організаційно-економічна характеристика ДП ДГ «Христинівське» Христинівського району Черкаської області.....	36
2.2. Аналіз реалізації продукції тваринництва.....	43
2.3. Закономірності та тенденції у формуванні каналів збуту тваринницької продукції.....	47
Висновки до розділу 2.....	54
РОЗДІЛ 3. ВДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДП ДГ «ХРИСТИНІВСЬКЕ»	55
3.1. Обґрунтування вибору каналів збуту сільськогосподарської продукції.....	55
3.2. Інтеграція і кооперація виробників у сфері збуту сільськогосподарської продукції.....	74
3.3. Комунікаційна політика як необхідна складова успішної системи збуту продукції.....	89
Висновки до розділу 3.....	94
ВИСНОВКИ	96
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	98
ДОДАТКИ	