

Міністерство освіти і науки України  
Національний технічний університет  
«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

Факультет менеджменту

Кафедра менеджменту

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**  
**кваліфікаційної роботи ступеня бакалавра**

студента Мартінова Владислава Сергійовича

академічної групи 073-18-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Управління збутовою діяльністю підприємства (за матеріалами ТДВ «Яготинський маслозавод»)

Керівник кваліфікаційної роботи	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
	Амоша О.І.			
Рецензент				
Нормоконтролер	Амоша О.І.			

Дніпро  
2022

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри менеджменту

\_\_\_\_\_ Швець В.Я.

(підпис)

« 02 » травня 2022 року

**ЗАВДАННЯ  
на кваліфікаційну роботу  
ступеня бакалавра**

студенту Мартинову В.С. академічної групи 073-18-2

спеціальності 073 Менеджмент

на тему Управління збутовою діяльністю підприємства (за матеріалами  
ТДВ «Яготинський маслозавод»)

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від ..... травня 2021 р. № ...

Розділ	Зміст	Термін виконання
Теоретичний	Теоретичні основи забезпечення ефективної збутової діяльності підприємства	02.05.2022 р. – 12.05.2022 р.
Аналітичний	Аналіз фінансово-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» у сучасному ринковому середовищі	13.05.2022 р. – 29.05.2022 р.
Рекомендаційний	Шляхи підвищення ефективності управління збутовою діяльністю ТДВ «Яготинський маслозавод»	30.05.2022 р.– 09.06.2022 р.

**Завдання видано**

\_\_\_\_\_ Амоша О.І.

(підпис керівника)

**Дата видачі** « 02 » травня 2022 року

**Дата подання до екзаменаційної комісії** « 13 » червня 2022 року

**Прийнято до виконання**

\_\_\_\_\_ Мартинов В.С.

(підпис студента)

## РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи бакалавра

студента групи 073-18-2

НТУ «Дніпровська політехніка»

Мартінова Владислава Сергійовича

на тему: Управління збутовою діяльністю підприємства (за матеріалами ТДВ «Яготинський маслозавод»)

**КЛЮЧОВІ СЛОВА:** ЗБУТ, ЗБКТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, КОНТЕНТ-МЕНЕДЖМЕНТ, КОНКУРЕНЦІЯ, ЯКІСТЬ

Структура роботи: 87 сторінок комп'ютерного тексту; 22 рисунки; 26 таблиць; 64 джерела посилання.

Об'єкт розроблення – процес управління збутовою діяльністю виробничого підприємства.

Мета роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо управління збутовою діяльністю виробничого підприємств.

Основні результати кваліфікаційної роботи бакалавра полягають у такому: з'ясовано теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю як складової частини господарської діяльності підприємства; визначено напрями удосконалення збутової діяльності при організації торгівлі; розглянуто особливості застосування контент-менеджменту в управлінні збутовою діяльністю підприємства; надано характеристику діяльності підприємства; оцінено показники фінансово-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»; досліджено вплив конкуренції на якість продукції ТДВ «Яготинський маслозавод»; обґрунтовано необхідності удосконалення збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»; удосконалено збутову діяльність шляхом організації збутового кластеру.

Методи дослідження – статистичне спостереження, абстрактно-логічний аналіз, метод порівняння, метод середніх і відносних величин, графічний метод, ряди динаміки, методи математичної статистики.

Результати кваліфікаційної роботи бакалавра рекомендовано для використання на виробничих підприємствах, які спеціалізуються на виробництві молочних продуктів.

Сфера застосування – при обґрунтуванні ефективності рішень при управлінні збутовою діяльністю виробничого підприємства.

Економічна ефективність запропонованих заходів – Витрати на щорічне функціонування кластеру становлять 1800 тис. грн. на 1 підприємство-засновник, а окупність кожної вкладеної грн. складає 4,56 грн. прибутку.

Значимість роботи – на основі об'єднання зусиль членів кластеру, щодо забезпечення великих партій замовлення матеріальних ресурсів з одного боку, а з іншого – на формуванні та гарантуванні великих та регулярних партій продукції оптовим покупцям (переробні підприємства, мережі супермаркетів).

## ABSTRACT

of qualification paper for the Bachelor's degree  
by the student of the academic group 073-18-2

Dnipro University of Technology

Martynov Vladyslav

Title: Management of sales activities of the enterprise (based on the materials of ALC "Yagotinsky Butter Factory")

SALES, ACTIVE ACTIVITIES, CONTENT MANAGEMENT, COMPETITION, QUALITY

Structure: 87 printed pages; 22 figures; 26 tables; 64 references.

Object of development is the process of managing the sales activities of the production enterprise.

The aim of the paper – theoretical justification and development of practical recommendations for the management of sales activities of industrial enterprises.

The main findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are as follows: theoretical justification and development of practical recommendations for the management of sales activities of industrial enterprises.

The main results of the bachelor's qualification work are as follows: the theoretical aspects of sales management as an integral part of economic activity of the enterprise are clarified; the directions of improvement of sales activity at the organization of trade are defined; features of application of content management in management of sales activity of the enterprise are considered; the characteristic of activity of the enterprise is given; the indicators of financial and economic activity of ALC "Yagotinsky Butter Factory" were assessed; the influence of competition on the quality of ALC "Yagotinsky Butter Factory" products was studied; the necessity of improvement of sales activity of ALC "Yagotinsky Butter Factory" was substantiated; improved sales activities by organizing a sales cluster.

Research methods – statistical observation, abstract-logical analysis, method of comparison, method of average and relative values, graphical method, time series, methods of mathematical statistics.

The findings of the qualification paper for the Bachelor's degree are recommended for use in industrial enterprises specializing in the production of dairy products.

Application – in substantiating the effectiveness of decisions in the management of sales activities of the production enterprise.

Financial viability of the proposed measures – the cost of the annual operation of the cluster is 1800 thousand UAH. for 1 founding company, and the payback of each invested UAH. is 4.56 UAH. profit.

The value of the research – is based on the combined efforts of cluster members to ensure large batches of material resources on the one hand, and on the other - on the formation and guarantee of large and regular batches of products to wholesale buyers (processing plants, supermarket chains).

## ЗМІСТ

Вступ	4
1 Теоретичні основи забезпечення ефективної збутової діяльності підприємства	8
1.1 Збутова діяльність як складова частина господарської діяльності підприємства	8
1.2 Напрями удосконалення збутової діяльності при організації торгівлі	15
1.3 Застосування контент-менеджменту в управлінні збутовою діяльністю підприємства	18
1.4 Шляхи удосконалення збутової діяльності промислових підприємств	26
2 Аналіз фінансово-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод» у сучасному ринковому середовищі	31
2.1 Характеристика діяльності підприємства	31
2.2 Оцінювання показників фінансово-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»	36
2.3 Дослідження впливу конкуренції на якість продукції ТДВ «Яготинський маслозавод»	52
3 Шляхи підвищення ефективності управління збутовою діяльністю ТДВ «Яготинський маслозавод»	68
3.1 Обґрунтування необхідності удосконалення збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»	68
3.2 Удосконалення збутової діяльності шляхом організації збутового кластеру	71
Висновки	78
Перелік джерел посилання	82

## ВСТУП

Актуальність теми. У ринковій економіці успішна товарна політика і гнучкість виробництва, що орієнтується на задоволення потреб покупців, є однією із головних умов ефективної виробничо-комерційної діяльності підприємства. Завершальною стадією виробничо-комерційної діяльності будь-якого підприємства є збут виготовленої продукції, що забезпечує торговельну орієнтацію підприємств, а саме функцію зворотного зв'язку. Проте збутова діяльність підприємств, що займаються різного роду економічною діяльністю, стала ще більш складним процесом через мінливість конкурентного середовища та посилення ризиків невизначеності в Україні та світі взагалі, що у свою чергу актуалізувало необхідність проведення наукових досліджень, спрямованих на пошук нових, більш оптимальних підходів до планування та організації збутової діяльності підприємства.

Ринкова економіка постійно диктує підприємствам умови щодо удосконалення процесів виробництва, виготовлення конкурентоспроможної продукції, вимагає застосовувати прогресивні досягнення науково-технічного прогресу та впроваджувати новації в процеси управління, проте не слід залишати без уваги те, що без коректної збутової політики та ефективної збутової діяльності процес реалізації товарів може гальмуватися. Тому розробці та реалізації ефективної збутової політики мають передувати заходи з визначення оптимальних засобів та обґрунтованого вибору організаційних форм забезпечення процесу збуту товарів, що надасть змогу боротися за розширення частки ринку і набуття нових конкурентних переваг, зокрема. Будучи логічною завершальною стадією в діяльності виробничих підприємств та посередницькою для торговельних, збут бере на себе функцію зворотного взаємозв'язку та сприяє своєчасній ринковій орієнтації підприємств, а тому постійна оптимізація та удосконалення системи

управління збутом та збутової діяльності є актуальною проблемою наразі.

Збутова діяльність підприємства відноситься до завершального етапу операційного циклу і відіграє значну роль у формуванні необхідного рівня доходу та прибутку підприємства. Сучасний висококонкурентний ринок вимагає від суб'єктів господарювання створення ефективної збутової політики та її постійне удосконалення. Активний перехід споживачів у цифрове середовище та нарощення електронної комерції є передумовою зміни купівельної поведінки споживачів, що наразі характеризується скороченням кількості спонтанних імпульсивних покупок.

Період часу від виникнення потреби у товарі чи послугі до здійснення покупки значно збільшується. Знаходячись у циклі постійної взаємодії та набуття досвіду, клієнти не можуть перебувати під постійним безпосереднім впливом конкретного бренду. Покупці можуть піддаватися впливу «сторонніх шумів» будь-якого походження. Для фокусування уваги клієнта на продукції підприємства необхідно постійно методично нагадувати про себе.

Надаючи актуальний та релевантний контент аудиторії, що є цільовим сегментом компанії, підприємство починає відігравати важливу роль у житті своїх клієнтів. Це стосується як інформації в мережі Інтернет, так і друкованих видань, особистого спілкування. У минулому дану функцію виконували незалежні газети, журнали, телебачення, радіо, конференції, семінари, сайти тощо. Наразі, підприємства мають можливість займатись цим самостійно, привертаючи увагу до свого бренду. Налаштування ефективної комунікації між підприємством та партнерами, підрядниками, постачальниками та клієнтами є однією з функцій збутової діяльності [33]. Враховуючи описані тенденції та формування кластерних мереж збуту продукції, виникає необхідність управління процесом створення та просування контенту з метою залучення потенційних клієнтів і завоювання їх довіри.

В сучасних умовах загострення боротьби за споживача успіх діяльності

того чи іншого підприємства залежить не стільки від його виробничих і фінансових можливостей, скільки від ефективності його збутової діяльності. Метою збутової діяльності підприємства є забезпечення доставки товару в той час, у те місце, в тій кількості і такої якості, які потрібні споживачу. При цьому досягнення цілей виробництва відбувається через оцінку та задоволення вимог споживача. Найважливішим інструментом у поліпшенні збутової діяльності підприємства стає логістика. Завдання логістики включають в себе такі сфери діяльності, як вивчення попиту на продукцію та послуги підприємства; формування портфеля замовлень споживачів, участь в асортиментній завантаженості виробництва замовленнями споживачів, перспективне, поточне і оперативне планування збуту, здійснення заходів щодо стимулювання збуту, здійснення принципу системності, тобто управління розподілом у взаємозв'язку всіх елементів збутової діяльності.

Мета кваліфікаційної роботи – теоретичне обґрунтування та розробка практичних рекомендацій щодо управління збутовою діяльністю виробничого підприємства.

Поставлена мета потребує вирішення таких завдань:

- з'ясувати теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю як складової частини господарської діяльності підприємства;
- визначити напрями удосконалення збутової діяльності при організації торгівлі;
- розглянути особливості застосування контент-менеджменту в управлінні збутовою діяльністю підприємства;
- надати характеристику діяльності підприємства;
- оцінити показники фінансово-господарської діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- дослідити вплив конкуренції на якість продукції ТДВ «Яготинський маслозавод»;
- обґрунтувати необхідності удосконалення збутової діяльності ТДВ «Яготинський маслозавод»;

- удосконалити збутову діяльність шляхом організації збутового кластеру.

Об'єктом розроблення в кваліфікаційній роботі є процес управління збутовою діяльністю виробничого підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні та практичні підходи до управління збутовою діяльністю ТДВ «Яготинський маслозавод».

Теоретичною та методологічною основою дослідження є традиційні поширені в економіці методи: статистичне спостереження, абстрактно-логічний аналіз, метод порівняння, метод середніх і відносних величин, графічний метод, ряди динаміки, методи математичної статистики.

Практична значущість одержаних результатів полягає в участі ТДВ «Яготинський маслозавод» в збутовому кластері. Економічний ефект участі суб'єкта господарювання в збутовому кластері базується на основі об'єднання зусиль членів кластеру, щодо забезпечення великих партій замовлення матеріальних ресурсів з одного боку, а з іншого – на формуванні та гарантуванні великих та регулярних партій продукції оптовим покупцям (переробні підприємства, мережі супермаркетів). Витрати на щорічне функціонування кластеру становлять 1800 тис. грн. на 1 підприємство-засновник, а окупність кожної вкладеної грн. складає 4,56 грн. прибутку.