Міністерство освіти і науки України

Національний технічний університет

«Дніпровська політехніка»

Навчально-науковий інститут економіки

(інститут)

Факультет менеджменту

(факультет)

Кафедра прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

(повна назва)

**ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА**

**кваліфікаційної роботи бакалавра**

**студента *Білоуса Андрія Сергійовича***

(ПІБ)

**академічної групи** *076-18-1*

(шифр)

**спеціальності**  076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

(код і назва спеціальності)

**за освітньо-професійною програмою** Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

**на тему** *Удосконалення стратегії збуту торговельного підприємства*

(назва за наказом ректора)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Керівники** | **Прізвище, ініціали** | **Оцінка за шкалою** | | **Підпис** |
| **рейтинговою** | **інституційною** |
| кваліфікаційної роботи | **Романюк Н.М.** |  |  |  |
| розділів: |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Рецензент** |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |
| **Нормоконтролер** | **Романюк Н.М.** |  |  |  |

**Дніпро**

**2022**

**ЗАТВЕРДЖЕНО:**

завідувач кафедри

прикладної економіки, підприємництва та публічного управління

(повна назва)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Вагонова О.Г.

(підпис) (прізвище, ініціали)

« » 202 року

**ЗАВДАННЯ**

**на кваліфікаційну роботу бакалавра**

**студенту  Білоусу А.С. академічної групи**  *076-18-1*

(прізвище та ініціали) (шифр групи)

**спеціальності**  *076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*

(код і назва спеціальності)

**за освітньо-професійною програмою**  *Підприємництво, торгівля та біржова діяльність*

(за наявності)

**на тему** *Удосконалення стратегії збуту торговельного підприємства*

затверджено наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від .***25.05.2022 р.*** № ***284-с***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Розділ** | **Зміст** | **Термін**  **виконання** |
| *1. Теоретичні основи формування стратегії збуту підприємств* | Методологія планування збутової діяльності підприємств. Процес формування збутової стратегії підприємства. Фактори, що впливають на формування та реалізацію збутової стратегії торгового підприємства | 03.05.22 – 17.05.22 |
| *2. Оцінка та аналіз ефективності збутової діяльності торговельного підприємства* | Характеристика інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE. Оцінка стратегі просування продукції інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE. Аналіз ефективності господарювання торговельної компанії. | 18.05.22 – 31.05.22 |
| *3. Удосконалення збутової стратегії інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE* | Напрями удосконалення збутової стратегії інтернет-магазину. Етапи розробки та реалізації збутової стратегії торговельної компанії. | 01.06.22 – 12.06.22 |

**Завдання видано** Романюк Н.М.

(підпис керівника) (прізвище, ініціали)

**Дата видачі** 02 травня 2022 року

**Дата подання до екзаменаційної комісії**  16 червня 2022 р.

**Прийнято до виконання** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Білоус А.С.

(підпис студента) (прізвище, ініціали)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка кваліфікаційної роботи на тему «Удосконалення стратегії збуту торговельного підприємства»

71 сторінка, 22 рисунків, 4 таблиць, 32 використаних джерел.

ЗБУТ, ТОРГОВЕЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО, СТРАТЕГІЯ ЗБУТУ, КАНАЛ ЗБУТУ, ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИН, ПРОДАЖІ***.***

Об’єкт дослідження – процес формування збутової стратегії торгівельного підприємства.

Предмет дослідження – теоретичні та методичні підходи з організації та прийняття управлінських рішень щодо удосконалення збутової стратегії інтернет-магазину.

Мета роботи – обґрунтування і розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення стратегії збуту продукції торгівельних компаній в сучасних умовах господарювання.

Методи дослідження – узагальнення і систематизація, методи математичної статистики, графічний метод.

Отримані результати. У першому розділі pозкpиті теоретичні основи формування збутової стратегії торговельних компаній.

У другому розділі проведено аналіз ефективності збутової стратегії та ефективності діяльності інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE.

У третьому розділі обґрунтовані основні напрями удосконалення збутової стратегії інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE, визначені інструменти просування продукції компанії.

Сфера практичного застосування результатів роботи – торговельні підприємства при формуванні та удосконалення збутової стратегії.

ЗМІСТ

[ВСТУП 5](#_Toc106565506)

[Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВ 7](#_Toc106565507)

[1.1. Методологія планування збутової діяльності підприємств 7](#_Toc106565508)

[1.2. Процес формування збутової стратегії підприємства 17](#_Toc106565509)

[1.3. Фактори, що впливають на формування та реалізацію збутової стратегії торгового підприємства 24](#_Toc106565510)

[Розділ 2. ОЦІНКА ТА АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА 33](#_Toc106565511)

[2.1. Характеристика інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE 33](#_Toc106565512)

[2.2. Оцінка стратегі просування продукції інтернет-магазину ARBER MARKETPLACE 37](#_Toc106565513)

[2.3. Аналіз ефективності господарювання торговельної компанії 42](#_Toc106565514)

[Розділ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ ЗБУТОВОЇ СТРАТЕГІЇ ІНТЕРНЕТ-МАГАЗИНУ ARBER MARKETPLACE 52](#_Toc106565515)

[3.1. Напрями удосконалення збутової стратегії інтернет-магазину 52](#_Toc106565516)

[3.2. Етапи розробки та реалізації збутової стратегії торговельної компанії 56](#_Toc106565517)

[ВИСНОВКИ 63](#_Toc106565518)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 67](#_Toc106565519)