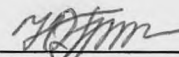


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ЕКОНОМІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ

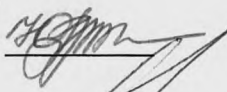
Спеціальність 073 «Менеджмент»

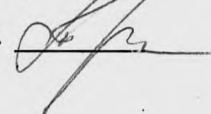
Допускається до захисту  
Зав. кафедри менеджменту   
д-р екон. наук, професор Ю. С. Гринчук  
« 25 » листопада 2020 року

## КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА  
(на прикладі ПрАТ «Технолог»)

Виконала: Палатна Ганна Євгеніївна 

Керівник: д. е. н., професор Гринчук Ю.С. 

Рецензент: к. е. н., доцент Понедільчук Т.В. 

## АНОТАЦІЯ

### Палатна Ганна. Аналіз управління збутовою діяльністю підприємства на прикладі ПрАТ «Технолог»

Сьогоднішня економіка, що динамічно розвивається, призводить до того, що фірми і організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і бізнесу. Насичення абсолютно всіх ринків товарами такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, приводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності підприємства. Продукція або послуга, вироблена підприємством, повинна бути оптимальним чином продана: тобто, з урахуванням всіх переваг і побажань клієнтів, і з отриманням найбільшої вигоди. Тому головна задача будь-якого підприємства – ідеальним чином сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості. В цьому випадку у нього буде можливість довести покупцю незаперечні переваги свого товару, або послуги.

Саме тому система збуту є центральною у всій системі маркетингу. І це не позбавлено обґрунтування – саме в процесі збуту готової продукції з'ясується, наскільки точними і вдалим були всі використані концепції і стратегії по просуванню товару на ринок. І якщо все виявилось так, як і було задумано, то покупець обов'язково помітить товар, і прибуток – кінцева мета будь-якої підприємницької діяльності – не примусить себе чекати. В іншому випадку, ні про які високі доходи і говорити не доводиться. В бізнесі ціна помилки досить висока.

Основна мета даної кваліфікаційної роботи полягає дослідженні теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо управління збутовою діяльністю підприємства.

Для досягнення поставленої мети нами було: визначено теоретичні основи управління збутовою діяльністю підприємства; проаналізовано збутову діяльність ПрАТ «Технолог»; запропоновані напрямки удосконалення збутової діяльності підприємства.

Об'єктом роботи виступає процес здійснення збутової діяльності ПрАТ «Технолог».

Предметом роботи є економічні відносини, що виникають в процесі збуту продукції на підприємстві.

Методи дослідження. При вирішенні поставлених завдань застосовувалися наступні методи, як метод експертних оцінок, аналіз та порівняння, тощо.

Практичне значення одержаних результатів полягає в розробці рекомендацій щодо удосконалення управління збутовою діяльністю.

Інформаційною базою дослідження слугували законодавчі та нормативні акти Верховної Ради України, Кабінету Міністрів України, пов'язані з проблематикою дослідження, матеріали спеціалізованих періодичних та монографічних видань, що висвітлюють результати функціонування готельного господарства України, світу та окремі аспекти управління його діяльністю, офіційні дані Державної служби статистики України, аналітичні розрахунки автора, які виконувались у процесі проведення наукового дослідження, інтернет-ресурси.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту магістерської роботи – 110 сторінок, таблиць – 12, рисунків – 18.

Перелік ключових слів: маркетингова діяльність, збутова діяльність, управління, конкурентоспроможність.

## **Palatna Hanna. Analysis of sales management of the enterprise on the example of PJSC "Technologist"**

Today's fast-growing economy means that firms and organizations are forced to constantly evolve in order not to be left behind by progress and business. The saturation of absolutely all markets with goods to such an extent that companies have to literally fight for customers, leads to an understanding of the unique role of sales in the enterprise. The product or service produced by the enterprise must be optimally sold: that is, taking into account all the preferences and wishes of customers, and with the greatest benefit. Therefore, the main task of any company is to perfectly combine the desires of customers and their own production capabilities. In this case, he will have the opportunity to prove to the buyer the undeniable advantages of his product or service.

That is why the sales system is central to the entire marketing system. And this is not without justification - it is in the process of selling the finished product it becomes clear how accurate and successful were all the concepts and strategies used to promote the product on the market. And if everything turned out as planned, the buyer is sure to notice the product, and profit - the ultimate goal of any business - will not have to wait. Otherwise, there is no need to talk about any high incomes. In business, the cost of error is quite high.

The main purpose of this qualification work is to study the theoretical and methodological principles and develop practical recommendations for the management of sales activities of the enterprise.

To achieve this goal we have: identified the theoretical foundations of sales management of the enterprise; the sales activity of PJSC "Technologist" was analyzed; the offered directions of improvement of sales activity of the enterprise are offered.

The object of work is the process of sales activities of PJSC "Technologist".

The subject of the work is the economic relations that arise in the process of selling products at the enterprise.

Research methods. The following methods were used in solving the tasks, such as the method of expert assessments, analysis and comparison, etc.

The practical significance of the obtained results is to develop recommendations for improving the management of sales activities.

The information base of the study was legislation and regulations of the Verkhovna Rada of Ukraine, the Cabinet of Ministers of Ukraine related to the study, materials of specialized periodicals and monographs covering the results of the hotel industry of Ukraine, the world and some aspects of its management, official data of the Civil Service statistics of Ukraine, analytical calculations of the author, which were performed in the process of scientific research, Internet resources.

Structure and scope of work. The work consists of an introduction, three sections, conclusions, a list of sources used. The full text of the master's thesis - 100 pages, tables - 24, figures - 11.

List of keywords: marketing, sales, management, competitiveness.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	6
<b>РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>8</b>
1.1 Сутність, концепція збуту і планування збуту.....	8
1.2 Управління збутом продукції промислового підприємства з позиції сучасного маркетингу.....	20
1.3 Особливості організації збутової діяльності в сучасних умовах господарювання.....	29
<b>РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПрАТ «ТЕХНОЛОГ»</b>	<b>41</b>
2.1 Організаційно – економічна характеристика товариства.....	41
2.2 Оцінка фінансового стану товариства .....	46
2.3 Ефективність управління збутовою діяльністю.....	58
<b>РОЗДІЛ 3 НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....</b>	<b>71</b>
3.1 Комплексний підхід до управління збутовою діяльністю підприємства .....	71
3.2 Оптимізація ефективності збутової діяльності підприємств	89
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ .....</b>	<b>101</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>104</b>