

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет магістерської та
аспірантської підготовки
Кафедра публічного управління
та менеджменту
природоохоронної діяльності

Магістерська кваліфікаційна робота

на тему: Удосконалення організації збутової діяльності в сучасному бізнес-
середовищі

Виконав студент 2 курсу групи ММО-19
спеціальності 073 «Менеджмент»
Тупалов Андрій Євгенович

Керівник к.е.н., доцент
Колонтай Світлана Миколаївна

Консультант _____

Рецензент к.геогр.н., доцент ОДЕКУ
Нажмудінова Олена Миколаївна

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет Магістерської та аспірантської підготовки
Кафедра публічного управління та менеджменту природоохоронної діяльності
Рівень вищої освіти магістр
Спеціальність 073 «Менеджмент»
(шифр і назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

Павленко О.П.

“ 26 ” жовтня 2020 року

З А В Д А Н Н Я
НА МАГІСТЕРСЬКУ КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Тупалову Андрію Євгеновичу

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи Удосконалення організації збутової діяльності в сучасному бізнес-середовищі

керівник роботи Колонтай Світлана Миколаївна, к.е.н., доцент

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом закладу вищої освіти від “16” жовтня 2020 року
№ 194-С

2. Строк подання студентом роботи 07 грудня 2020 року

3. Вихідні дані до роботи Законодавчі та нормативні акти, дані статистичного обліку, спеціальна наукова література та періодичні видання

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1 Теоретичні аспекти збутової діяльності як об'єкт управління на підприємстві

2 Аналіз діяльності ТОВ «Агромат-Декор»

3 Удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор»

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

1 Визначення поняття "збутова діяльність"

2 Фактори, що впливають на ефективність управління збутовою діяльністю підприємства

3 Показники оцінки ефективності управління збутовою діяльністю

4 Етапи формування каналів збуту та управління товарообігом

5 Лінійно-функціональна структура ТОВ «Агромат-Декор»

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7. Дата видачі завдання 26 жовтня 2020 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів магістерської роботи	Термін виконання етапів роботи	Оцінка виконання етапу	
			у %	за 4-х бальною шкалою
1	Робота з літературними джерелами	26.10.20-01.11.20	96	відмінно
2	Робота над розділом 1 «Теоретичні аспекти збутової діяльності як об'єкт управління на підприємстві»	02.11.20-11.11.20	96	відмінно
3	Робота над розділом 2 «Аналіз діяльності ТОВ «Агромат-Декор»»	12.11.20-21.11.20	98	відмінно
4	Рубіжна атестація	16.11.20-21.11.20	96	відмінно
5	Робота над розділом 3 «Удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор»»	22.11.20-04.12.20	98	відмінно
6	Оформлення роботи	04.12.20-07.12.20	98	відмінно
7	Здача роботи на кафедрі	07.12.20		
8	Перевірка на плагіат	07.12.20-10.12.20		
	Інтегральна оцінка виконання етапів календарного плану (як середня по етапам)		97	відмінно

Студент _____ Тупалов А.Є.
(підпис) (прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Колонтай С.М.
(підпис) (прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Магістерська кваліфікаційна робота на тему
«Удосконалення організації збутової діяльності в сучасному бізнес-середовищі»
Тупалова Андрія Євгеновича

Актуальність теми. Успіх на ринку продажу того чи іншого товару залежить не стільки від виробничих і фінансових можливостей фірми, скільки від особливостей організації збутової діяльності підприємства.

Вдосконалення збутової діяльності підприємства полягає в тому, щоб доводити товари до споживача в тому місці, в тій кількості і такої якості, які потрібні, а також максимально використовувати свої можливості для поліпшення обслуговування покупців.

Мета і задачі дослідження. Основною метою магістерської роботи є дослідження та розробка теоретичних та практичних засад щодо удосконалення організації збутової діяльності в сучасному бізнес-середовищі.

Досягнення поставленої мети зумовило потребу розгляду та вирішення наступних завдань теоретичного та практичного характеру, а саме:

- розглянути теоретичні аспекти збутової діяльності як об'єкт управління на підприємстві;
- проаналізувати діяльність ТОВ «Агромат-Декор» та його постачальницько-збутову діяльність;
- запропонувати шляхи удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор».

Об'єктом дослідження є процес управління збутовою діяльністю підприємства.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємства.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою роботи є об'єктивні економічні закони, категорії і поняття економічної науки, фундаментальні положення економічної теорії, прикладної економіки та теорії управління, результати наукових досліджень зарубіжних та вітчизняних учених з питань організації збуту й управління збутовою діяльністю.

Інформаційною базою виступають нормативно - законодавчі акти України, статистичні звіти Державної служби статистики України, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених, інформація електронних Інтернет-ресурсів, результати власних напрацювань і спостережень.

Результати, їх новизна, теоретичне та практичне значення. В магістерській роботі розглянуто теоретичні аспекти збутової діяльності як об'єкт управління на підприємстві; проаналізовано діяльність ТОВ «Агромат-Декор» та його постачальницько-збутова діяльність; запропоновано шляхи удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор».

Рекомендації щодо використання результатів роботи з зазначенням галузі застосування. Сформульовані та обґрунтовані положення та рекомендації можна застосовувати для подальшого дослідження шляхів удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності підприємства.

Структура і обсяг роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Повний обсяг тексту магістерської роботи – 80 сторінок, таблиць – 7, рисунків – 3.

Перелік ключових слів: збут, збутова діяльність, система збуту, управління, підприємство.

ANNOTATION

Master's degree qualifying work on a theme of
«Perfect organization of marketing activity in the day-to-day business environment»
Tupalov Andriy

Actuality of theme. Success in the market of sale of this or that goods depends not so much on production and financial possibilities of firm, how many on features of the organization of sales activity of the enterprise.

Improving the sales activities of the enterprise is to bring the goods to the consumer in the place, in the quantity and quality that are needed, as well as to make the most of their opportunities to improve customer service.

Aim and research tasks. The main purpose of the master's work is to study and develop theoretical and practical principles for improving the organization of sales activities in the modern business environment.

Achieving this goal necessitated the consideration and solution of the following tasks of theoretical and practical nature, namely:

- consider the theoretical aspects of sales activities as an object of management at the enterprise;
- to analyze the activities of Agromat-Decor and its supply and marketing activities;
- to suggest ways to improve the organization of supply and marketing activities at the enterprise "Agromat-Decor".

A research object is the process of managing the sales activities of the enterprise.

The article of research there are theoretical, methodological and practical aspects of sales management of the enterprise.

Research methods. The theoretical and methodological basis of the work are objective economic laws, categories and concepts of economics, the fundamental provisions of economic theory, applied economics and management theory, the results of research by foreign and domestic scientists on sales organization and sales management.

The information base is normative - legislative acts of Ukraine, statistical reports of the State Statistics Service of Ukraine, scientific publications of domestic and foreign scientists, information of electronic Internet resources, results of own works and observations.

Results, their novelty, theoretical and practical significance. The master's thesis considers the theoretical aspects of sales activities as an object of management in the enterprise; the activity of Agromat-Decor and its supply and marketing activity are analyzed; suggested ways to improve the organization of supply and marketing activities at the enterprise "Agromat-Decor".

Recommendations for the use of the results of work with the indication of the field of application. Formulated and substantiated provisions and recommendations can be used for further study of ways to improve the organization of supply and marketing activities of the enterprise.

Structure and volume of work. Work consists of entry, three divisions, conclusions, list of the used sources. A complete volume of text of master's degree work is 80 pages, tables - 7, pictures - 3.

Key words: sales, sales activities, sales system, management, enterprise.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	9
1.1 Сутність, особливості та ефективність збутової діяльності на промисловому підприємстві.....	9
1.2 Збутова політика підприємства.....	15
1.3 Специфіка збутової діяльності в роздрібній торгівлі в сучасних умовах.....	23
РОЗДІЛ 2 АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «АГРОМАТ-ДЕКОР».....	41
2.1 Загальна характеристика ТОВ «Агромат-Декор».....	41
2.2 Аналіз постачальницько-збутової діяльності ТОВ «Агромат-Декор».....	47
РОЗДІЛ 3 УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПОСТАЧАЛЬНИЦЬКО- ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	56
3.1 Аналіз постачальницько-збутової діяльності ТОВ «Агромат-Декор».....	56
3.2 Шляхи удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор»	70
ВИСНОВКИ.....	75
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	77

ВСТУП

Успіх на ринку продажу того чи іншого товару залежить не стільки від виробничих і фінансових можливостей фірми, скільки від особливостей організації збутової діяльності підприємства.

Вдосконалення збутової діяльності підприємства полягає в тому, щоб доводити товари до споживача в тому місці, в тій кількості і такої якості, які потрібні, а також максимально використовувати свої можливості для поліпшення обслуговування покупців.

При вдосконаленні збутової діяльності досягнення цілей компанії відбувається через оцінку та задоволення вимог споживача. У зв'язку з тим, що для роздрібною торгівлі в даний час характерне зниження попиту, особливо на товари, що не є товарами першої необхідності, багато аспектів діяльності підприємств потребують ретельного аналізу та модернізації. Зокрема необхідно вдосконалювати збутову діяльність, оскільки саме вона визначає прибутковість підприємства. Явища, що відбуваються на ринку, обумовлені зниженням рівня доходів, а значить і платоспроможності населення.

Невід'ємною частиною ринкових перетворень української економіки є переорієнтація вітчизняних товаровиробників на нові форми і методи господарювання, що дозволяють ефективно функціонувати в сучасних економічних умовах. При цьому кінцевою метою діяльності будь-якого комерційного підприємства стає отримання максимально можливого прибутку, який у підсумку формується у сфері обігу. Це і пояснює пильну увагу підприємств і організацій до проблеми вдосконалення процесу товарообігу і використовуваних каналів розподілу продукції.

У процесі організації збутової діяльності перед керівниками підприємств рано чи пізно неминує виникає питання практичного застосування маркетингових та інших методик. За оцінками фахівців, більшість вирішуваних на підприємствах маркетингових завдань, на

сьогоднішній день пов'язані з управлінням просування продукції від виробника до кінцевого споживача. Особливо це характерно в період розвитку ринку, при якому відбувається посилення залежності підприємств від нестабільного зовнішнього середовища.

Основною метою збуту, є реалізація економічного інтересу виробника. Це формулювання передбачає отримання прибутку шляхом задоволення попиту споживача. Також можна говорити про те, що завершенням господарської діяльності підприємства вважається саме стадія збуту. Однак, планування збуту передує виробництву і полягає в аналізі кон'юнктури ринку, потенціалу організації випускати перспективний товар, розробці планів продажів, постачання і виробництва.

Управління збутовою діяльністю включає в себе всі необхідні етапи управлінської діяльності, такі як аналіз, планування, реалізацію та контроль. При цьому така діяльність забезпечує вигідні відносини з покупцями для досягнення основних цілей діяльності. Для грамотного управління збутовою діяльністю розробляються конкретні стратегічні напрямки, які ведуть до досягнення цілей підприємства

Основною метою магістерської роботи є дослідження та розробка теоретичних та практичних засад щодо удосконалення організації збутової діяльності в сучасному бізнес-середовищі.

В магістерській роботі розглянуто теоретичні аспекти збутової діяльності як об'єкт управління на підприємстві; проаналізовано діяльність ТОВ «Агромат-Декор» та його постачальницько-збутова діяльність; запропоновано шляхи удосконалення організації постачальницько-збутової діяльності на підприємстві «Агромат-Декор».

ВИСНОВКИ

Орієнтація розвитку економіки України на інтеграцію у світове співтовариство та широкомасштабне впровадження ринкових відносин вимагають радикальних структурних змін в економічному потенціалі суб'єктів господарювання та адекватної політики підвищення ефективності їх постачальницько-збутової діяльності. Удосконалення управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками містить значний потенціал росту ефективності діяльності підприємств внаслідок застосування нових прогресивних методів і підходів.

Ефективна організація світової постачальницько-збутової діяльності базується на світових тенденціях розвитку постачання та збуту, розгляд яких показує, що лідери західного бізнесу досягають економії за рахунок поєднання багатьох чинників, таких як раціональна кількість працівників, та підвищення їх кваліфікаційного рівня, підвищення продуктивності праці, зниження середньорічної вартості товарних запасів, збільшення навантаження на 1 м² та ін.

При хороших перспективах розширення постачальницько-збутової діяльності доцільно розглядати питання про придбання підприємством значної частки в капіталі постачальників, що дає можливість впливати на політику постачальника.

Для подолання негативних факторів та подальшого розвитку підприємства потрібно розширювати клієнтську базу споживачів товарів, займатися пошуком більш дешевих постачальників матеріалів або перезаключенням контрактів зі старими постачальниками на більш вигідних умовах, проводити аналіз витрат та шукати можливості для незначного зниження цін на товари для утримання конкурентних позицій на ринку, використовувати знижки та проводити промоакції для ознайомлення клієнтів з новими товарними позиціями підприємства, виходити на нові ринки збуту та не втрачати зайняті позиції на нових ринках.

Також потрібно приділити достатню увагу питанню мотивування працівників відділів постачання та збуту – менеджерів на досягнення нових кращих результатів у постачальницько-збутовій діяльності, та досягненню нових поставлених цілей у постачальницько-збутовій діяльності.

Необхідно приділити увагу оптимізації та удосконаленню ефективності постачальницько-збутової діяльності підприємства, провести розрахунок оптимального поєднання мінімізації витрат на постачання та збут при досягненні бажаного рівня виробництва і задоволення потреб споживачів.

Розглянуто та проаналізовано постачальницько-збутову діяльність підприємства, у процесі чого були використані сучасні інструменти аналізу постачальницько-збутової діяльності. Розглянуто спосіб та методи організації постачальницько-збутової діяльності, структуру і штатну чисельність працівників у відділах, основні функції та питання взаємодії з іншими структурними підрозділами відділів постачання та збуту, розглянуто номенклатуру сировини, матеріалів та готової продукції, проаналізовано коло наявних постачальників та дистриб'юторів, з якими співпрацює підприємство.

Проведено аналіз ринків збуту, та виявлено, що основним є національний ринок, на його долю припадає близько 70% збуту усіх товарів підприємства, а також виявлено падіння обсягів збуту готової продукції закордон. Проведений аналіз рівня цін підприємства у порівнянні з рівнем цін на товарі конкурентів виявив незначну цінову перевагу підприємства у порівнянні з іншими підприємствами. Проведено аналіз коефіцієнтів ефективності постачальницько-збутової діяльності, та виявлено збільшення вартості витрат на збут і на матеріальне забезпечення, а також збільшення обсягу збуту продукції та зростання рентабельності постачальницько-збутової діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник / В. В. Апопій, І. П. Міщук, В. М. Ребицький. – 2–ге вид.,– К. : Центр навч. літ–ри, 2005. 616 с.
2. Байбардіна Т. Н. Постачальницько–збутова діяльність: учеб. Посібник / Т. Н. Байбардіна, І. А. Байбардін, І. І. Грищенко, Л. І. Старовойтова – Мн . : ЗАТ Техноперспектива, 2010. 318 с.
3. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. / – Л. В. Балабанова., Ю. П. Митрохіна. К.: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
4. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління збутом підприємств: монографія / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – Донецьк : ДонПУЕТ, 2009.
5. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку / М. І. Белявцев, М. Л. Белявцев, Л. В. Шестопалова. – К. : Центр навч. літ., 2005. 416 с.
6. Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник / П. І. Белінський. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 624 с.
7. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу: навч. посіб. / О. А. Біловодська – К. : Знання, 2011.– 496 с.
8. Біловодська О. А. Маркетинговий менеджмент: навч. посіб. / О. А. Біловодська. Київ : Знання, 2010. 332 с.
9. Гаджинский А. М. Логистика: учебн. пособие. / А. М. Гаджинский – М.: Издательско– торговая корпорация «Дашков и К», 2003. 408 с.
10. Геєць В. М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія / В. М. Геєць, А. А. Мазаракі. – К. Київ. нац. торг.–екон. ун–т, 2008. 388 с.

11. Годін О. М. Маркетинг: підручник / А. М. Годін. – 3–е изд. – М.: Дашков і К, 2006. 402 с.
12. Горбач Л. О. Міжнародні економічні відносини: підручник/ Л. О. Горбач, О. А. Плотніков,. – К. : Кондор, 2005. 262 с.
13. Горбенко О. В. Логістика: навч. посіб. / О. В. Горбенко. – К. : Знання, 2014. 314 с.
14. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально–трудова відносини: підручник / О. А. Грішнова – К.: Знання, 2004. 536 с.
15. ДСТУ 3051–95 (ГОСТ 30166–95) Ресурсозбереження. Основні положення. Чинний від 1997.01.01. – К. : ДержстандартУкраїни, 1996. 16 с.
16. ДСТУ Б В.2.7–282:2011. Плитки керамічні. Технічні умови. – К., 2012. 14 с.
17. Зарудна Н. Я. Відділ постачання: організаційні структури, основні завдання та функції [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=58893>
18. Зеваков А. М. Логистика производственных и товарных запасов: учебник / А. М. Зеваков – СПб.: Изд. Михайлова В. А., 2002. 320 с.
19. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. для студ. вищ. навч. закл / О. С. Іванілов – К.: Центр учбової літератури, 2009. 728 с.
20. Івашкова Н. І. Управління маркетингом / Н. І. Івашкова.– М .: ФОРУМ ИНФРА–М.– 2010. 102 с.
21. Іляш О. І. Економіка праці та соціально–трудова відносини: навч. посіб. / О. І. Іляш, С. С. Гринкевич. – К.: Знання, 2010. 476 с.
22. Іщенко, Н. М. Управління процесами логістики : метод. рекомендації / Н. М. Іщенко. – Миколаїв : Вид–во ЧДУ ім. Петра Могили, 2013. 128 с.
23. Кальченко А. Г. Логістика: підруч. / А. Г. Кальченко – К.: КНЕУ, 2003. 284 с.
24. Лайсонс Дж. Управление закупочной деятельностью и цепями

поставок / Дж. Лайсонс, М. Джиллингем – М.: ИНФРА–М, 2005. 798 с.

25. Ларіна Р. Р. Логістика: навчальний посібник / Р. Р. Ларіна. – Д.: ВІК, 2005. 334 с.

26. Лігоненко Л. О. Економіка торговельного підприємства: методика розв'язання практичних завдань навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, І. В. Височин. – К.: Київ. нац. торг.екон. ун–т, 2010. 456 с.

27. Маликов О. Б. Складская и транспортная логистика в цепях поставок : для бакалавров и специалистов: учебное пособие / О. Б. Маликов. – Санкт–Петербург и др. : Питер, 2015. 398 с.

28. Мороз О. В. Системні фактори ефективності логістичної концепції постачання на підприємствах : монографія / О. В. Мороз, О. В. Музика ; Вінницький національний технічний ун–т. – Вінниця : УНІВЕРСУМ–Вінниця, 2007. 164 с.

29. Мочерний С. В. Основи підприємницької діяльності: посібник / С. В. Мочерний, О. А. Устенко, С. І. Чеботар – К.: Видавничий центр "Академія", 2001. 280 с.

30. Неруш Ю. М. Логистика : учеб. для вузов. – 4–е узд., перераб. и доп. / Ю. М. Неруш. – М. : ТК «Велби», Изд–во «Проспект», 2006. 164 с.

31. Новак В. О. Організаційна поведінка: підручник / В. О. Новак, Т. Л. Мостенська, О. В. Ільєнко. – К.: Кондор–Видавництво, 2013. 498 с.

32. Олімпієва О. О. Логістичне управління закупівельною діяльністю на підприємстві / О. О. Олімпієва / Управління розвитком. 2010 – № 16 С. 3–6.

33. Пономаренко В. С. Логістичний менеджмент: підручник / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко / За ред. проф. д–ра екон. наук В. С. Пономаренка. Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. 440 с.

34. Полещук И. И. Логистика: учебное пособие для вузов / И. И. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2015. 430 с.

35. Пономаренко В. С. Стратегія розвитку підприємства в умовах

кризи: монографія./ В. С. Пономаренко – Х.: Видавничий Дім “Інжек”, 2007.
328 с.

36. Попович П. Я. Економічний аналіз діяльності суб’єктів господарювання: підручник / П. Я. Попович. – 3–тє вид., пере–роб. і доп. – К.: Знання, 2008. . 630 с.

37. Саленко О. В. Шляхи визначення ступеню ефективності діяльності підприємства / Саленко О. В. / Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. 2013.
№ 4 (24) С. 71