

**ПОЛТАВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ, УПРАВЛІННЯ,
ПРАВА ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА І ПРАВА**

Горобець Володимир Олексійович

**Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємства (на
матеріалах ТОВ «Бітіл» м. Суми)**

**освітньо-професійна програма Підприємництво
ступінь вищої освіти Магістр
спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**

РЕФЕРАТ

**магістерської дипломної роботи на здобуття кваліфікації –
«Магістр підприємництва, торгівлі та біржової діяльності»**

Полтава – 2021 року

Кваліфікаційна робота складається із вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Основний зміст викладено на 73 сторінках друкованого тексту, робота містить 19 таблиць та 8 рисунків.

Основний зміст роботи

У першому розділі «Теоретичні основи стратегічного управління збутовою діяльністю підприємства» розглянуто завдання та принципи стратегічного управління щодо збутової діяльності підприємства, проаналізовано основні визначення поняття збут, проведено аналіз стадій збуту. Визначено, що стратегічне управління збутовою діяльністю в управлінні підприємством розуміється як довгостроковий якісно визначений напрям розвитку збуту, що стосується таких аспектів його діяльності, як сфери, засобів та форми.

У другому розділі «Аналіз системи стратегічного управління збутовою діяльністю підприємства» здійснено організаційно-економічну оцінку ТОВ «Бітіл», проведено аналіз результативності функціонування системи управління збутовою діяльністю підприємства.

У третьому розділі «Напрямок удосконалення стратегічного управління збутовою діяльністю підприємства» проведено формування стратегії управління збутом на принципах маркетингу, розглянуто оптимізацію маркетингової діяльності як один із чинників підвищення ефективності збутової діяльності та ефективність стратегічних заходів з удосконалення системи управління збутовою діяльністю

Висновки

Стратегічне управління збутовою діяльністю в управлінні підприємством розуміється як довгостроковий якісно визначений напрям розвитку збуту, що стосується таких аспектів його діяльності, як сфера, засоби та форма.

1. Вибір стратегії залежить від ситуації, в якій знаходиться організація. Однак існують певні підходи до вибору стратегії та певні рамки, в які стратегії вписуються.

2. Аналіз умов зовнішнього середовища дозволяє зробити висновок про зміни в попиті на продукції в зв'язку з диференціацією смаків споживачів. Так аналіз ринку України свідчить про зростання потреби в обсягах реалізації високоякісної продукції. Відповідно зріс і попит на спеціалізовану продукцію: кормові добавки, ветеринарні препарати, продукти для заготівлі високоякісного силосу і сінажу. Але споживачі цієї продукції висувають високі вимоги до асортименту сировини та стандарту якості продукції. Таким чином визначається мета діяльності ТОВ «Бітіл»: забезпечити виробників сільськогосподарської продукції з урахуванням їх вимог до якості і асортименту. Основними елементами стратегії будуть: поєднання традиційних та нетрадиційних видів виробництва.

3. Найкращим методом для реалізації цілей ТОВ «Бітіл» є застосування методу «7 Ps маркетингу», 7 Ps - це набір визнаних маркетингових тактик, які ви можете використовувати в будь-якій комбінації,

щоб задовольнити клієнтів на вашому цільовому ринку. 7 Ps є контрольованими, але з урахуванням ваших внутрішніх і зовнішніх маркетингових середовищ. Об'єднання цих різних маркетингових тактик для задоволення потреб і потреб ваших клієнтів відоме як використання «тактичного маркетингового міксу».

Список публікацій здобувача

1. Горобець В.О. Особливості формування стратегії збуту. Матеріали щорічної студентської наукової конференції від 18 листопада 2021 року. – Полтава: ПДАА, 2021.
2. Горобець В.О. Захищені вітаміни в годівлі лактуючих і транзитних корів Журнал про корів №5-6, 2021
3. Горобець В.О., Михайлова О.С. Писаренко С.В. Інструменти активізації збутової діяльності підприємства. Причорноморські економічні студії. Одеса (в друці)

АНОТАЦІЯ

Горобець В.О. «Стратегічне управління збутовою діяльністю підприємства (на матеріалах ТОВ «Бітіл» м. Суми)». - Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття ступеня вищої освіти магістр за освітньо-професійною програмою Підприємництво, спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність. – Полтавська державна аграрна академія, Полтава, 2021.

Досліджено теоретичні, методологічні та прикладні питання стратегічного управління збутовою діяльністю.

Запропоновані напрямки удосконалення стратегії збутової діяльності, запропоновано, алгоритм удосконалення збутової діяльності, застосувавши метод «7 Ps маркетингу», розглянуто і розроблено тактики збуту продукції.

Ключові слова: стратегія, збут, збутова діяльність, управління збутом, маркетингова діяльність.

АННОТАЦИЯ

Горобець В.О. «Стратегическое управление сбытовой деятельностью предприятия (на материалах ООО «Битил» г. Сумы)». - квалификационная работа на правах рукописи.

Квалификационная работа на получение степени высшего образования магистр по образовательно-профессиональной программе Предпринимательство, специальности 076 Предпринимательство, торговля и биржевая деятельность. – Полтавская государственная аграрная академия, Полтава, 2021.

Исследованы теоретические, методологические и прикладные вопросы стратегического управления сбытовой деятельностью.

Предложенные направления усовершенствования стратегии сбытовой деятельности, предложены алгоритм усовершенствования сбытовой деятельности, применив метод «7 Ps маркетинга», рассмотрены и разработаны тактики сбыта продукции.

Ключевые слова: стратегия, сбыт, сбытовая деятельность, управление сбытом, маркетинговая деятельность.

ANNOTATION

Gorobets V «Strategic management of sales activities of the enterprise (on the materials of LLC «Bitil» Sumy)». - Qualification work on the rights of the manuscript.

Qualification work for a higher education master's degree in the educational-professional program Entrepreneurship, specialty 076 Entrepreneurship, trade and exchange activities. - Poltava State Agrarian Academy, Poltava, 2021.

Theoretical, methodological and applied issues of strategic sales management are studied.

The offered directions of improvement of strategy of sales activity, the algorithm of improvement of sales activity, having applied a method of "7 Ps of marketing" are offered, tactics of sale of production are considered and developed.

Key words: strategy, sales, sales activities, sales management, marketing activities.