

**ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ «ПОДІЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ»**

Навчально-науковий інститут заочної і дистанційної освіти
Кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«Управління збутовою діяльністю підприємств»

Виконала:

здобувачка освітнього ступеня «Магістр»
освітньо-професійної програми
«Менеджмент»

спеціальності 073 «Менеджмент»
заочної форми навчання

ПАНЮТИНА Світлана Володимирівна

Керівник:

кандидат економічних наук, доцент
ПОКОТИЛЬСЬКА Наталія Володимирівна

Оцінка захисту:

Національна шкала _____
Кількість балів _____ Шкала ECTS _____
«_____» _____ 2024 р.

Допускається до захисту:

«_____» _____ 2024 р.

Гарант освітньо-професійної програми

«Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент»

_____ Наталія ПОКОТИЛЬСЬКА

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ	8
1.1. Сутніснь поняття «збут продукції» в діяльності аграрних підприємств	8
1.2. Особливості управління та регулювання збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств	18
1.3. Маркетингова інфраструктура ринку продукції аграрних підприємств та її вплив на здійснення збутової діяльності	33
Висновки до розділу 1	39
РОЗДІЛ 2. ВИВЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА	40
2.1. Характеристика і організаційно-економічні основи підприємства	40
2.2. Сучасний стан управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства	51
2.3. Ефективність збутової діяльності підприємства	59
Висновки до розділу 2	65
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ	68
3.1. Концептуальні засади підвищення ефективності збутової діяльності аграрних підприємств	68
3.2. Роль державних інституцій у формуванні збутової політики сільськогосподарських підприємств	90
3.3. Ефективність запропонованих заходів удосконалення збутової діяльності підприємства	97
Висновки до розділу 3	101
ВИСНОВКИ	103
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	106
ДОДАТКИ	114

ВСТУП

Актуальність теми. Підвищення економічної ефективності діяльності аграрних підприємств може бути досягнуте двома основними способами: збільшенням обсягів економічних результатів, отриманих у процесі виробництва та реалізації продукції, а також зниженням витрат при збереженні обсягів та якості продукції. Другий спосіб має значні технологічні та організаційно-управлінські обмеження, які можуть бути досягнуті досить швидко через схожість ринкової та господарської поведінки підприємств з подібними масштабами виробництва та економічним потенціалом. Перший шлях орієнтований на застосування збутових, маркетингових та комерційних інструментів для підвищення економічної ефективності виробництва та реалізації продукції аграрних підприємств, що має більший потенціал успішної реалізації та менше обмежень за умови використання інноваційних маркетингових та комерційних управлінських рішень у сфері збуту продукції. Це обумовлено особливостями структури цільових ринків збуту продукції аграрних підприємств, тенденціями концентрації капіталу та спеціалізації виробництва сільськогосподарської продукції, а також розвитком агропромислової інтеграції та економічних інтересів виробничих і торговельних підприємств аграрного сектора.

Повна реалізація маркетингових та комерційних інноваційних рішень в управлінні збутом вимагає ґрунтовного опрацювання теоретичних, методичних та прикладних основ збутової діяльності аграрних підприємств, особливо в частині управління маркетингом на етапі збуту виробничо-комерційного циклу. Більшість вітчизняних аграрних підприємств все ще розглядають маркетинг та збут як окремі процеси, не усвідомлюючи їх системності та комплексності, що не створює належної організаційно-управлінської основи для впровадження інноваційних рішень у практику управління збутом. Це вимагає обґрунтування механізмів, інструментів, систем та підходів до раціоналізації та інновації

управління збутом продукції аграрних підприємств.

Наукове та практичне значення вирішення цих питань підкреслює актуальність обраної теми, її цілі, завдання та напрями дослідження.

Мета і завдання роботи. Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних засад та розробка практичних рекомендацій щодо особливостей управління збутовою діяльністю аграрного підприємства.

У відповідності до мети, визначено основні завдання роботи:

- з'ясувати сутність поняття «збут продукції» в діяльності аграрних підприємств;
- розкрити особливості управління та регулювання збутовою діяльністю сільськогосподарських підприємств;
- описати маркетингову інфраструктуру ринку продукції аграрних підприємств та її вплив на здійснення збутової діяльності;
- дати організаційно-економічну характеристику досліджуваного господарства;
- проаналізувати сучасний стан управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства;
- визначити ефективність збутової діяльності підприємства;
- запропонувати концептуальні засади підвищення ефективності збутової діяльності аграрних підприємств;
- визначити роль державних інституцій у формуванні збутової політики сільськогосподарських підприємств
- розрахувати ефективність запропонованих заходів удосконалення збутової діяльності підприємства.

Об'єктом дослідження є комплекс питань щодо управління збутовою діяльністю в сільськогосподарських підприємствах.

Предметом дослідження є теоретичні, методичні й організаційні аспекти управління збутовою діяльністю в ПОП «Колос» Хмельницького району Хмельницької області.

Методи дослідження. При написанні роботи використовувалися такі методи дослідження: монографічний – для висвітлення теоретичної частини, середніх і відносних величин – для аналізу сучасного стану розвитку досліджуваного господарства та його системи управління збутовою діяльністю, розрахунково-конструктивний та нормативний – для розрахунку планових показників.

Інформаційну базу дослідження склали теоретичні та методичні розробки вітчизняних та зарубіжних учених, законодавчі та нормативно-правові акти України, річні звіти ПОП «Колос» Хмельницького району Хмельницької області за 2021-2023рр., матеріали власних досліджень і спостережень, матеріали наукових конференцій, матеріали Інтернет-видань.

Наукова новизна одержаних результатів. Дістали подальший розвиток:

- комплексне обґрунтування теоретичних положень, визначення суспільно-соціальних та організаційно-економічних закономірностей і особливостей формування й розвитку збутової діяльності сільськогосподарських підприємств;
- концептуальні засади ефективної збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що вони можуть бути використані для удосконалення управління збутової діяльності сільськогосподарських підприємств.

Особистий внесок студента. Кваліфікаційна робота є самостійною науковою працею, яка містить отримані автором особисто результати, що в сукупності вирішують конкретне наукове завдання щодо удосконалення управління збутовою діяльністю для підвищення ефективності господарювання сільськогосподарських підприємств. Наукові результати, висновки й пропозиції, що містяться в роботі, одержані автором особисто.

Апробація результатів дослідження. Положення основних результатів дослідження та їх практичне застосування обговорювалися на IX Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції науковців та здобувачів вищої освіти:

«Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти» (17 травня 2024 р. м. Кам'янець-Подільський).

Публікації. За темою досліджень опубліковано тези в матеріалах ІХ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції науковців та здобувачів вищої освіти: «Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти» (17 травня 2024 р. м. Кам'янець-Подільський), на тему: «Управління збутовою діяльністю підприємств», загальним обсягом 0,2 друк. арк.

Обсяг та структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Робота викладена на 116 сторінках комп'ютерного тексту, налічує 21 таблицю та 8 рисунків.

ВИСНОВКИ

1. Збутова діяльність сільськогосподарського підприємства включає заходи з визначення асортименту продукції, ціноутворення та задоволення попиту, що характеризує комплекс дій, спрямованих на реалізацію виробленої продукції та забезпечення процесів розподілу, обміну, споживання та відтворення виробництва. Збут виступає як специфічна фаза процесу відтворення, яка в умовах розширеного товарного виробництва набуває самостійної форми та розглядається як підсистема економічних відносин. Вона включає формування та забезпечення ринкового попиту, відповідного платоспроможності споживачів, прибутковості та ринкової стійкості підприємства через збереження та розширення частки ринку, досягнення конкурентних переваг та створення позитивного іміджу. Виробничо-комерційна діяльність сільськогосподарських підприємств значною мірою залежить від ефективності збуту їхньої продукції.

2. Збутова політика сільськогосподарських підприємств формується під впливом цінового диспаритету, який виникає через різницю цін на сільськогосподарську продукцію та промислову продукцію, що використовується у сільському господарстві. Збутова політика базується на показниках номенклатури та конкурентоспроможності продукції, поведінки споживачів та конкурентного статусу підприємства. Ефективна організація збуту забезпечується плануванням виробничо-комерційної діяльності, аналізом купівельної спроможності населення, вибором каналів розподілу, комунікаційними стратегіями просування та постачання продукції.

3. Визначальні принципи формування ефективної збутової діяльності сільськогосподарських підприємств включають економічні, політико-правові, ринкові, інноваційні та соціально-культурні компоненти. Формування оптових партій сільськогосподарської продукції виробничого і споживчого призначення здійснюється шляхом кооперування, узгодження цілей та дій учасників

збутового каналу. Вільне й прозоре ціноутворення та об'єктивність цінового моніторингу на сільськогосподарську продукцію значною мірою забезпечується діяльністю біржових інституцій, де роль держави зводиться в основному до контрольно-наглядових функцій. Реалізацію продукції сільськогосподарських підприємств на ринку доцільно здійснювати шляхом створення і забезпечення діяльності заготівельно-збутових кооперативів.

4. Досліджуване нами господарство ПОП «Колос» здійснює самостійну господарську діяльність, має сприятливі умови для виробництва і реалізації сільськогосподарської продукції та спеціалізується на виробництві зерна.

Ресурсний потенціал підприємства використовуються ефективно, що є запорукою прибуткової діяльності протягом досліджуваного періоду.

5. Підприємство вирощує найбільш економічно вигідні культури, під які має замовлення та договори купівлі. Основними культурами виробничого процесу в рослинництві є ячмінь, озима пшениця, кукурудза на зерно, соя. У звітному році спостерігається збільшення грошових надходжень від реалізації практично усіх видів основної продукції підприємства.

6. Збут продукції в умовах ринку стає важливим складником діяльності сільськогосподарських підприємств, що забезпечує кінцеві результати виробництва та збутової політики. Ефективність збутової діяльності підприємств галузі визначається каналом збуту, маркетинговими рішеннями й діями, логістикою, інфраструктурою, конкурентноздатністю продукції, цінами, можливістю внутрішнього споживання і переробки, укладанням вигідних контрактів. Вважаємо, що збутова діяльність досліджуваного підприємства має бути спрямована на отримання підприємницького прибутку; максимальне задоволення платоспроможного попиту споживачів; довготривалу ринкову стійкість організації; конкурентоспроможність продукції; підтримання позитивного іміджу на ринку.

7. У підвищенні ефективності збутової діяльності аграрних підприємств важливу роль виконують заготівельно-збутові кооперативи, фермерські і гуртові ринки, товарні біржі, продажі за допомогою мережі Інтернет, віртуальні аграрні

ринки та Інтернет-майданчики для укладання угод купівлі-продажу продукції, спільна збутова діяльність на засадах аутсорсингу, а також контракція з твердою і плаваючою ціною, що включає корегування базисної ціни, зниження трансакційних витрат, для визначення яких розроблено методику, що базується на даних оперативного, аналітичного і синтетичного обліку, запропонована схема побудови загальної структури інтегрованої логістичної системи.

8. Визначено шляхи нарощення ефективності збуту продукції сільськогосподарських підприємств, в т. ч. за рахунок державного регулювання ринку сільськогосподарської продукції, що включає правові, інституційні, адміністративні та економічні заходи. Безпосередній вплив на формування збутової діяльності підприємства має персонал. Рівень роботи працівників зі збуту продукції на підприємстві має оцінюватись об'єктивно за двома основними параметрами: з одного боку, це конкретні результати збутової діяльності відповідальних працівників, з іншого боку, повинен оцінюватись рівень відданості працівника підприємству.

9. Запропоновані нами заходи удосконалення управління збутової діяльності в досліджуваному підприємстві є ефективними і дозволять підвищити розмір валового прибутку, збільшити виручку від реалізації продукції та розмір валового доходу в розрахунку на 1 грн. витрат на збут.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2011. 240 с.
2. Сливка Я. В. Проблематика використання термінів «продаж», «реалізація», «збут». *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2011. Вип. 2(20). С. 434–447.
3. Огієнко С. О. Аналіз теоретичних підходів щодо визначення сутності збутової діяльності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2018. № 18. С. 170–177.
4. Формування збутової політики маркетингу аграрних підприємств: монографія / В. В. Россоха, О. М. Шарапа. К.: ННЦ «ІАЕ», 2016. 232 с.
5. Дерій В. А. Витрати на збут у системі обліку й аналізу невиробничих витрат. *Облік і фінанси*. 2013. № 4(62). С. 20–23.
6. Ключник А. В., Білозерцева І. О. Теоретичний аналіз поняття «збут» та його функцій. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2014. Вип. 6, ч. 2. С. 188–191.
7. Гоголь Г. П. Сутність збутової діяльності машинобудівних підприємств. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2010. Вип. 20.7. С. 148–153.
8. Розумей С. Б., Ніколаєнко І. В. Методичні аспекти формування системи розподілу продукції в збутовій системі підприємства. *Економіка та управління підприємствами*. 2017. Вип. 5(61). С. 125–130.
9. Обозна В. В. Аналіз поняття «збут» та його роль в системі управління сільськогосподарським підприємством. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Вип. 25, ч. 1. С. 178–180.
10. Козуб В. О., Уварова А. Є. Управління збутовою діяльністю підприємств на зовнішньому ринку. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2018. Вип. 34. С. 18–23.
11. Нехай В. В. Збутова діяльність підприємств сільськогосподарського

машинобудування на засадах консолідованого маркетингу: теорія, методологія, практика: дис. ... доктора екон. наук, спец.: 08.00.04. Суми: СумДУ, 2019. 543 с.

12. Сеншин О. С. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність». Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. 2011. С. 132–134.

13. Біловодська О. А. Маркетингова політика розподілу та збуту: дослідження сутності, ролі та значення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2017. № 2. С. 85–97.

14. Пенькова О. Г. Маркетингова політика розподілу фармацевтичних підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.4>.

15. Пенькова О. Г. Використання посередників при здійсненні збутової діяльності фармацевтичними підприємствами. Інноваційна економіка. 2023. № 1. С. 131–136. DOI: <https://doi.org/10.37332/2309-1533.2023.1.18>

16. Павленко А. Ф. Теорія і практика маркетингу в Україні: монографія. К.: КНЕУ, 2005. 584 с.

17. Олефіренко О. М. Теоретичні основи визначення інструментів та каналів збуту продукції промислових підприємств. Ефективна економіка. 2015. № 2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5848>

18. Окландер М. А. Логістика. К.: ЦУЛ, 2008. 346 с.

19. Лагоцька Н. З. Уточнення змісту та актуальні принципи збутової політики підприємства. Бізнес Інформ. 2014. № 5. С. 302–306.

20. Brown C. The Sales Promotion Handbook. London: Kogan Page, 1993. 321 p.

21. Кривешко О. В. Управління збутовою діяльністю підприємств молочної промисловості. Формування ринкової економіки в Україні. 2005. Вип. 14. С. 536–559.

22. Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посіб. К.: Вид-во КНЕУ, 2002. 272 с.

23. Баланюк І. Ф., Іваночко Н. В. Управління збутовою діяльністю

підприємств: сутність та значення. Інноваційна економіка. 2015. № 2(57). С. 165–169.

24. Ямкова О. М. Зміст формування збутової політики виробничих підприємств. Економіка і управління. 2012. № 2. С. 52–59.

25. Терент'єва Н. В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. Ефективна економіка. 2016. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2016_2_19

26. Майбогіна Н. В. Організація і методика аналізу збутової діяльності промислового підприємства: дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.09. К., 2009. 23 с.

27. Чмихало Н. В., Оккерт І. Л., Ольховська А. Б., Сотнікова Н. В. Формування ефективної збутової політики фармацевтичного підприємства в умовах нестабільного зовнішнього середовища. Запоріжский медицинский журнал. 2010. Т. 12, № 3. С. 126–131.

28. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підруч. для студ. екон. спец. вищ. навч. закл. К.: Лібра, 2004. 708 с.

29. Хрупович С. Є., Борисова Т. М. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві. Галицький економічний вісник. 2006. № 3. С. 34–38.

30. Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. 2016. № 1. С. 127–138.

31. Абрамович І. А. Методичні підходи оцінки ефективності збутової діяльності переробних підприємств. Агросвіт. 2014. № 4. С. 25–28.

32. Гавриш Ю., Слесь І. Методи оцінки ефективності управління збутовою діяльністю промислового підприємства. Сучасні проблеми економіки і підприємництва. 2017. № 20. С. 189–197.

33. Іваночко Н. В. Особливості формування механізму управління збутовою діяльністю підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. Вип. 18. С. 214–218.

34. Музичка Є. О. Управління збутовою діяльністю підприємств: автореф. дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.04. Київ, 2015. 25 с.
35. Халіна В. Ю., Корсунський Г. Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства. Молодий вчений. 2017. № 4.4(44.4). С. 116–119.
36. Огієнко С. О. Удосконалення збутової діяльності торговельного підприємства. Проблеми і перспективи розвитку підприємництва. 2013. № 2. С. 65–68.
37. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Юрченко Н. І. Маркетингові підходи в управлінні збутовою діяльністю оптових торговельних підприємств. Підприємництво і торгівля. Львів, 2021. № 28. С. 7–14. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2021-28-01>
38. Світовий О. М. Організація системи управління збутовою діяльністю промислових підприємств. Ефективна економіка. 2023. № 5. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.5.10>
39. Корженко І. С. Збутова діяльність підприємства-імпортера. Економіка та держава. 2018. № 11. С. 111–114. DOI: 10.32702/2306-6806.2018.11.111.
40. Kotler P., Rackham N., Krishnaswamy S. Ending the war between Sales & Marketing. Harvard Business Review. 2006. Vol. 84, No. 7/8. Pp. 68–78.
41. Юрченко Н. І., Кадирус І. Г. Стратегічна спрямованість збутової діяльності аграрних підприємств. Проблеми правового, фінансового та економічного забезпечення розвитку національної економіки: монографія / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2021. С. 220–232.
42. Терент'єва Н. В., Череп О. Г. Аналіз методичних підходів оцінювання ефективності збутової діяльності. Економічний аналіз. 2018. Т. 28, № 1. С. 318–324.
43. Wim Biemans, Avinash Malshe, Jeff S. Johnson. The sales-marketing interface: a systematic literature review and directions for future research. Industrial Marketing Management. 2022. Vol. 102. Pp. 324–337. DOI: <https://doi.org/10.>

44. Багорка М. О., Кадирус І. Г., Миронова О. О. Організація збутової діяльності та системи маркетингових досліджень на підприємстві. Бізнес навігатор. 2022. Вип. 2(69). С. 54–61. DOI: <https://doi.org/10.32847/businessnavigator.69-7>
45. Гарматюк О. В. Формування інформаційного забезпечення прогнозування збуту продукції. Економіка і суспільство. 2017. № 12. С. 208–211.
46. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г. Проблеми управління збутовою діяльністю аграрних підприємств. Держава, галузі, підприємства, бізнес: реалії і тенденції економічного, інформаційного та технічного розвитку: кол. моногр. / за ред. Л. М. Савчук, Л. М. Бандоріної. Дніпро: Пороги, 2020. С. 410–421.
47. Шиманська А. Класифікація витрат на збут промислового підприємства. Маркетинг в Україні. 2014. № 5. С. 24–28.
48. Гавришко Н. В. Облік і аналіз маркетингової та збутової діяльності: управлінський аспект (на прикладі підприємств хіміко-фармацевтичної промисловості України): автореф. дис. ... кандидата екон. наук: 08.06.04. Тернопіль, 2001. 19 с.
49. Матюха М. М. Управлінська звітність як елемент прогнозування. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: проблеми теорії, методології, організації. 2013. Вип. 2(11), ч. 2. С. 162–170.
50. Хрупович С. Є. Теоретичні основи збутової діяльності підприємств. Розробка моделі системи управління збутом пивоварних підприємств. Сучасні соціально-економічні проблеми теорії та практики розвитку економічних систем: кол. моногр. Тернопіль: ФОП Осадца Ю. В., 2016. С. 151–171.
51. Фера-Клемонца О. Ю. Маркетингове управління у виробничо-збутовій діяльності. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 10, ч. 4. С. 128–131.
52. Логінова О. А. Управління логістичною діяльністю фармацевтичних підприємств. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Т. 8, № 1. С. 22–26. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-1-3>

53. Кальченко А. Г. Логістика: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2001. 148 с.
54. Курбацька Л. М., Кадирус І. Г., Савенко О. А., Нечипоренко К. В. Удосконалення логістичних систем для забезпечення принципів стійкого розвитку підприємства. Агросвіт. 2021. № 7–8. С. 60–66.
55. Забуранна Л. В. Логістичне управління підприємством: сутність та передумови розвитку. Сталий розвиток економіки. 2010. № 7. С. 120–123.
56. Комеліна О. В., Гаманко Р. С. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства. Економіка і суспільство. 2017. Вип. 13. С. 518–524.
57. Мороз Л. І. Формування інформаційного забезпечення менеджменту персоналу підприємства в системі маркетингу. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. 2012. № 749. С. 215–221.
58. Варенко В. М. Інформаційно-аналітична діяльність: [навч. посіб.]. К.: Університет «Україна», 2014. 417 с.
59. Вольська О. М., Миколайчук Н. С. Інформаційне забезпечення як інструмент прогнозування та планування переходу до сталого розвитку підприємства. Економічні інновації. 2013. Вип. 54. С. 34–42.
60. Тесленко К. Д. Управління збутом продукції підприємства на зовнішньому ринку із застосуванням інноваційного підходу. Вісник Харківського політехнічного інституту. 2018. № 48(1324). С. 36–41.
61. Грібахо О. О. Побудова системи управління якістю продукції на підприємствах. Вісник Східноєвропейського університету економіки і менеджменту. Серія: Економіка і менеджмент. 2014. № 2. С. 57–65.
62. Кошонько О. В. Проблеми оцінки та сертифікації систем управління якістю промислових підприємств. Вісник Хмельницького національного університету. 2009. № 1. С. 18–23.
63. Зайцева Л. Якість продукції – необхідна передумова конкурентоспроможності підприємства. Актуальні проблеми економіки. 2014. № 9. С. 196–200.
64. Пачева Н., Подзігун С. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38.

65. Гнилянська Л. Й., Топоровський В. Я. Організація збутової діяльності підприємства. Проблеми управління експортно-імпортною діяльністю: тези доп. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (Львів, 13 травня 2014 р.). Львів: Вид-во Львівської політехніки, 2014. С. 16–17.

66. Спільник І. В. Аналіз ефективності збутової діяльності підприємства. Економічний аналіз. 2016. Т. 24, № 2. С. 130–140.

67. Важинський Ф. А., Ножак А. В., Колодійчук А. В. Оцінка ефективності управління системою збуту машинобудівних підприємств. Економіка промисловості. 2010. № 1. С. 199–122.

68. Сірко А. Ю. Методичні підходи до розроблення та аналізу системи збуту продукції. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 28–2. С. 16–18.

69. Пилипчук В. П., Данніков О. В. Маркетинговий аналіз та оцінка ефективності продажу. Бізнес Інформ. 2016. № 3. С. 291–296.

70. Костіна К. В. Методика визначення ефективності логістики збуту підприємств АПК. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2015. № 13. С. 101–102.

71. Обозна В. В. Методичні аспекти оцінки ефективності управління збутовою діяльністю на сільськогосподарських підприємствах. Економіка та управління підприємствами. 2017. № 2(41). С. 49–55.

72. Музична Є. О. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю туристичних підприємств. Економічний часопис ХХІ. 2013. № 11–12(2). С. 64–67.

73. Бовкун О. А. Управління збутовою діяльністю промислового підприємства. Економічні горизонти. 2022. № 1(19). С. 105–115.

74. Світовий О. М. Управління виробництвом та збутом зерна і продуктів його переробки в контексті максимізації доданої вартості. Вісник соціально-економічних досліджень. Одеса, 2021. № 3–4(78–79). С. 66–80.

75. Пащенко О. П., Васьківський О. П., Куліш Н. Теоретичні аспекти оцінки ефективності менеджменту підприємства. Приазовський економічний

вісник. 2020. № 1(18). С. 119–125.

76. Яцух О. О., Захарова Н. Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. 2018. Т. 29(68). С. 173–180.

77. Панютіна С. Управління збутовою діяльністю підприємств. Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти: зб. Матеріалів ІХ Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції науковців та здобувачів вищої освіти, 17 травня 2024 р. / за наук. ред. ректора, доктора економічних наук, професора В. Іванишин. Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ». 2024. С. 201-204.

78. Гарматюк О. Фактори впливу на управління збутовою діяльністю фармацевтичних підприємств. Економічні горизонти. 2021. Вип. 3–4(18). С. 124–131.

79. Кучер О. В. Збутова діяльність аграрних підприємств на основі маркетингових стратегій. Економіка АПК. 2012. № 4. С. 49-70.

80. Гарматюк О. В. Сучасна система збуту продукції підприємств. Інтелект ХХІ. 2018. № 3. С. 52–55.

81. Ніценко В. С. Збутова політика аграрних підприємств : сучасний стан та перспективи розвитку. Вісник Сумського національного аграрного університету. Суми : СНАУ, 2015. Вип. 4(63). С. 103–107.