

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

Навчально-науковий інститут бізнесу і фінансів
Кафедра менеджменту, публічного управління та адміністрування

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

**«Удосконалення управління збутовою діяльністю
підприємств»**

Виконав:

здобувач освітнього ступеня «Магістр»
освітньо-професійної програми
«Менеджмент»
спеціальності 073 «Менеджмент»
денної форми навчання

ПОГИНАЙКО Олександр Васильович

Керівник:

кандидат економічних наук, доцент
ПОКОТИЛЬСЬКА Наталія
Володимирівна

Оцінка захисту:

Національна шкала _____
Кількість балів _____ Шкала ECTS _____
« _____ » _____ 2025 р.

Допускається до захисту:

« _____ » _____ 2025 р.

Гарант освітньо-професійної програми
«Менеджмент» спеціальності 073 «Менеджмент»
_____ Наталія ПОКОТИЛЬСЬКА

ЗМІСТ

| | |
|---|----|
| ВСТУП | 4 |
| Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ | 9 |
| 1.1. Сутність збуту та збутової діяльності, їх значення й специфіка організації в сучасному ринковому середовищі | 9 |
| 1.2. Принципи та закономірності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств | 22 |
| 1.3. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю підприємств | 30 |
| Висновки до розділу 1 | 37 |
| Розділ 2. АНАЛІЗ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА | 39 |
| 2.1. Характеристика і організаційно-економічні основи підприємства | 39 |
| 2.2. Вивчення сучасного стану управління виробничо-збутовою діяльністю кооперативу | 46 |
| 2.3. Оцінка ефективності управління збутовою діяльністю підприємства | 58 |
| Висновки до розділу 2 | 64 |
| Розділ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ | 66 |
| 3.1. Інструменти розвитку маркетингово-збутових систем аграрних підприємств | 66 |
| 3.2. Резерви та організаційно-економічні заходи підвищення ефективності управління збутовою діяльністю кооперативу | 81 |
| Висновки до розділу 3 | 91 |
| ВИСНОВКИ | 93 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ | 97 |

ВСТУП

Актуальність теми. Важливість дослідження, спрямованого на удосконалення управління збутовою діяльністю підприємств, зумовлена зростаючою роллю ефективної організації продажів у забезпеченні конкурентоспроможності та стабільного розвитку бізнесу. В умовах посилення конкуренції, високої динамічності ринкових змін і поступової цифровізації економічних процесів саме збутова діяльність стає ключовою ланкою, що визначає здатність підприємства адаптуватися до вимог споживачів та оперативно реагувати на зміни попиту. Неefективність системи збуту призводить до втрати частки ринку, зниження фінансових результатів і уповільнення інноваційних процесів, тоді як належне управління каналами реалізації, логістикою, комунікаціями зі споживачами та сервісним забезпеченням створює передумови для довгострокового зростання. Крім того, трансформація поведінки споживачів, розвиток електронної комерції, підвищення значення персоналізованих підходів до клієнтів і використання аналітичних інструментів стимулюють підприємства до перегляду традиційних методів управління збутовими процесами. Важливо враховувати зростання ролі сервісної підтримки та клієнтоорієнтованості, що вимагає від підприємств формування більш гнучких і адаптивних моделей управління збутом. У таких умовах удосконалення системи управління збутом стає не лише засобом оптимізації операційних витрат, а й стратегічним чинником формування конкурентних переваг. Це визначає потребу в науковому обґрунтуванні сучасних підходів, методів та інструментів, які забезпечать підвищення ефективності збутової діяльності та сприятимуть сталому розвитку підприємств у мінливому ринковому середовищі.

Вирішення проблем управління збутовою діяльністю підприємств знайшло своє відображення в дослідженнях багатьох українських учених, серед яких І. Абрамович, Л. Балабанова, І. Баланюк, І. Білозерцева, Ф.

Важинський, Г. Гоголь, Н. Іваночко, А. Ключник, О. Логінова (О. Бовкун), Н. Майбогіна, Є. Музичка, В. Нехай, І. Ніколаєнко, А. Ножак, В. Обозна, С. Огієнко, О. Пенькова, С. Розумей, І. Спільник, Н. Терент'єва, К. Тесленко, С. Хрупович, Н. Чмихало, О. Ямкова та ін. Враховуючи значний внесок науковців, вважаємо, що окремі аспекти та питання удосконалення управління збутовою діяльністю підприємств все ще потребують уточнень та подальшого наукового опрацювання.

Мета і завдання роботи. Метою роботи є обґрунтування теоретико-методичних аспектів та розробка практичних рекомендацій щодо удосконалення управління збутовою діяльністю підприємств.

У відповідності до мети, визначено основні завдання роботи:

- охарактеризувати сутність збуту та збутової діяльності, їх значення й специфіку організації в сучасному ринковому середовищі;
- розкрити принципи та закономірності управління збутовою діяльністю аграрних підприємств;
- дати характеристику методичним підходам до оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю підприємств;
- дати характеристику і розкрити організаційно-економічні основи досліджуваного підприємства;
- вивчити сучасний стан управління виробничо-збутовою діяльністю кооперативу;
- оцінити ефективність управління збутовою діяльністю підприємства;
- визначити інструменти розвитку маркетингово-збутових систем аграрних підприємств;
- обґрунтувати резерви та організаційно-економічні заходи підвищення ефективності управління збутовою діяльністю кооперативу.

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

Предметом дослідження є теоретичні, методичні й організаційні аспекти удосконалення управління збутовою діяльністю в СВК «Летава» Кам'янець-Подільського району Хмельницької області.

Методи дослідження. У процесі виконання кваліфікаційної роботи було використано сукупність загальнонаукових та спеціальних методів дослідження, що дозволило всебічно проаналізувати обрану проблему та обґрунтувати практичні рекомендації.

Для узагальнення теоретичних положень і наукових підходів застосовано методи аналізу та синтезу, індукції та дедукції. Вони дали змогу систематизувати наукові джерела, визначити сутність досліджуваних економічних категорій та сформувані логіку викладення матеріалу.

З метою оцінки сучасного стану збутової діяльності підприємства використано економіко-статистичні методи, зокрема порівняння, аналіз динаміки та структури показників. Це дало можливість виявити тенденції розвитку, проблемні аспекти та резерви підвищення ефективності. Також графічні методи, які забезпечили наочність отриманих результатів.

У процесі розроблення організаційно-економічних заходів використано метод економічного обґрунтування та розрахунково-аналітичний метод, що дозволило оцінити очікувану економічну ефективність запропонованих рекомендацій.

Інформаційну базу дослідження становили статистичні дані підприємства за 2022-2024 рр., фінансова звітність, матеріали офіційних державних органів, а також наукові публікації вітчизняних і зарубіжних авторів.

Наукова новизна одержаних результатів. Дістали подальший розвиток:

- теоретичні підходи до визначення сутності та ролі управління збутовою діяльністю підприємства, що дало змогу уточнити її місце в системі загального менеджменту та обґрунтувати значення для забезпечення конкурентоспроможності підприємства;

- методичні підходи до оцінювання ефективності управління збутовою діяльністю, які, на відміну від існуючих, базуються на комплексному врахуванні фінансових, організаційних та ринкових показників;

- класифікація резервів підвищення ефективності збутової діяльності підприємства, що дозволило систематизувати внутрішні та зовнішні чинники впливу на результати збуту;

- практичні підходи до формування організаційно-економічних заходів з удосконалення управління збутом, які сприяють підвищенню результативності діяльності підприємства в умовах ринкової нестабільності.

Практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що отримані в процесі дослідження висновки та запропоновані рекомендації можуть бути використані в практичній діяльності підприємств з метою підвищення ефективності управління збутовою діяльністю. Розроблені організаційно-економічні заходи можуть бути впроваджені у роботі служби збуту для вдосконалення планування, організації та контролю процесів реалізації продукції.

Окремі положення та результати роботи можуть використовуватися у практиці господарської діяльності підприємства при прийнятті управлінських рішень, спрямованих на збільшення обсягів збуту, покращення взаємодії з споживачами та підвищення конкурентоспроможності.

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 X Міжнародній науково-практичній конференції науковців та здобувачів вищої освіти:

«Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти» (15 травня 2025 р. м. Кам'янець-Подільський).

Публікації. За темою досліджень опубліковано тези в матеріалах X Міжнародної науково-практичної конференції науковців та здобувачів вищої освіти: «Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти» (15 травня 2025 р. м. Кам'янець-Подільський), на тему: «Удосконалення 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. Робота викладена на 103 сторінках комп'ютерного тексту, налічує 15 таблиць та 9 рисунків.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі досліджено теоретичні та практичні аспекти формування й удосконалення управління збутовою діяльністю сільськогосподарського кооперативу. Метою дослідження було оцінити ефективність управління збутом продукції та обґрунтувати напрями її підвищення в сучасних умовах господарювання. Поставлені у роботі завдання виконано в повному обсязі, що дозволило сформулювати такі узагальнюючі висновки.

1. Встановлено, що збутова діяльність є завершальною, але водночас визначальною ланкою виробничо-господарського процесу, оскільки саме через реалізацію продукції формується дохід і прибуток підприємства. Узагальнення наукових підходів до трактування збуту та збутової політики дало змогу визначити їх як систему заходів, спрямованих на організацію руху продукції від виробника до споживача з мінімальними витратами та максимальним фінансовим результатом.

2. Формування та розвиток системи збуту продукції аграрних підприємств, а також управління нею здійснюються під впливом комплексу об'єктивних і суб'єктивних факторів, що зумовлюються властивостями сільськогосподарської продукції, кон'юнктурою ринку, масштабами виробництва та особливостями управлінських рішень суб'єктів господарювання. Умови зберігання й перевезення продукції, рівень платоспроможного попиту та ступінь розвитку ринкової інфраструктури визначають конфігурацію каналів збуту, їх протяжність і специфіку взаємовідносин аграрних товаровиробників із посередницькими структурами. Результативність збутової діяльності значною мірою обумовлюється дотриманням принципів керованості результатами реалізації, диверсифікації каналів збуту та здатності системи оперативно адаптуватися до змін зовнішнього середовища. Сукупне застосування цих підходів формує підґрунтя для підвищення економічної ефективності виробничо-комерційної

діяльності, зміцнення фінансової стійкості та забезпечення довгострокового розвитку аграрних підприємств.

3. Обґрунтовано, що ефективність збуту значною мірою залежить від обраних каналів реалізації, рівня збутових витрат, цінової політики, логістики та маркетингового забезпечення.

4. Узагальнення результатів аналізу організаційно-економічних параметрів діяльності СВК «Летава» дає підстави стверджувати, що кооператив є стабільним суб'єктом аграрного виробництва з достатньо сформованою виробничою інфраструктурою, належним земельним забезпеченням і функціональною системою управління. Підприємство послідовно зберігає спеціалізацію у виробництві зернових і технічних культур, а також у тваринництві, виконуючи важливу соціально-економічну роль у розвитку регіону та забезпеченні зайнятості населення. Водночас зафіксоване скорочення площ сільськогосподарських угідь і зростання навантаження на одного працівника зумовлюють потребу в подальшому оновленні матеріально-технічної бази та підвищенні віддачі виробничих ресурсів.

5. Дослідження виробничо-збутової діяльності кооперативу виявило істотні структурні зміни в галузях рослинництва та тваринництва. У рослинницькій галузі спостерігається переорієнтація на більш рентабельні та врожайні культури, зокрема сою, соняшник і цукрові буряки, що сприяло зростанню обсягів валової продукції й підвищенню рівня товарності. Водночас розвиток тваринництва має неоднозначний характер: молочне скотарство залишається прибутковим і відіграє ключову роль у формуванні фінансових результатів, тоді як м'ясне скотарство та свинарство характеризуються тривалою збитковістю й скороченням виробничого потенціалу. Загалом зазначені тенденції свідчать про необхідність поглиблення структурної трансформації виробництва та перерозподілу ресурсів на користь найбільш економічно доцільних напрямів.

6. Оцінювання результативності управління збутовою діяльністю СВК «Летава» показало, що за умов зростання обсягів реалізації та валового

прибутку ефективність збуту знижується внаслідок випереджального зростання витрат на збут і скорочення чистого прибутку. Кооператив використовує як оптові, так і роздрібні канали реалізації, однак зберігає значну залежність від посередницьких структур, обмежено розвиває власні канали збуту та маркетингові інструменти, а також недостатньо застосовує сучасні логістичні й цифрові технології. Виявлені недоліки зумовлюють необхідність оптимізації структури каналів реалізації, посилення контролю за витратами на збут та переорієнтації на більш прибуткові сегменти ринку, що має стати підґрунтям для формування комплексу заходів з удосконалення управління збутовою діяльністю кооперативу.

7. Обґрунтовано пріоритетні напрями розвитку маркетингово-збутової діяльності на засадах адаптивності та гнучкості управління, а саме: укрупнення товарних партій продукції, розвиток нішевого виробництва, експортна орієнтація, поширення органічного виробництва, активізація електронної комерції та формування інтегрованих виробничо-збутових структур. Реалізація зазначених напрямів створює передумови для підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств і посилення їх ринкових позицій.

8. Обґрунтовано систему організаційно-економічних заходів удосконалення збутової політики кооперативу, яка передбачає оптимізацію логістики й транспортного забезпечення, розвиток прямих каналів реалізації, розширення власної роздрібною торгівлі, впровадження цифрових маркетингових інструментів, удосконалення цінової та договірної політики, запровадження бюджетування витрат на збут і розвиток асортименту продукції з більшою доданою вартістю. Доведено, що комплексна реалізація цих заходів сприятиме зростанню рентабельності, стабілізації грошових потоків, підвищенню ліквідності та фінансової стійкості кооперативу.

Встановлено, що вдосконалення управління збутовою діяльністю має не лише економічний, а й соціально-економічний ефект, який проявляється у зростанні рівня зайнятості, підвищенні оплати праці, оновленні матеріально-

технічної бази та розвитку сільських територій. Реалізація запропонованих заходів не потребує значних капіталовкладень, що є особливо важливим для кооперативів з обмеженими фінансовими ресурсами.

Отже, результати дослідження свідчать, що удосконалення стратегічного та операційного управління збутовою діяльністю є одним із ключових напрямів забезпечення стійкого розвитку аграрних підприємств і кооперативів. Запропоновані підходи та практичні рекомендації мають прикладний характер і можуть бути використані у господарській діяльності аграрних формувань з метою підвищення їх прибутковості, фінансової стабільності та конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амеліна І., Дмитренко О. Теоретичні основи менеджменту збуту продукції підприємства. Науковий журнал «Економіка і регіон». Полтава: ПНТ. 2021. Т. (4(83)). С. 38-44. [https://doi.org/10.26906/EiR.2021.4\(83\).2523](https://doi.org/10.26906/EiR.2021.4(83).2523)
2. Багорка М., Абрамович І., Кравець О. Організація збутової політики в системі маркетингу аграрного підприємства. Підприємництво та інновації. 2024. № 30. С. 59–65.
3. 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>
4. 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>
5. Бовкун О. А. Управління збутовою діяльністю промислового підприємства. Економічні горизонти. 2022. № 1(19). С. 105–115.
6. Гарматюк О. В. Оцінювання індикаторів прибутковості бізнесу як показника ефективності збутової діяльності фармацевтичних підприємств. Український журнал прикладної економіки та техніки. 2023. Т. 8. № 1. С. 174-179. DOI: <https://doi.org/10.36887/2415-8453-2023-1-25>
7. Гарматюк О. Фактори впливу на управління збутовою діяльністю фармацевтичних підприємств. Економічні горизонти. 2021. Вип. 3–4(18). С. 124–131.
8. Гладкова О. В. Роль логістичних систем в ефективному функціонуванні фармацевтичних компаній. Сучасні досягнення та перспективи розвитку апітерапії в Україні : матеріали Всеукр. наук.-практ.

конф. з міжнар. участю (м. Харків, 25 січня 2020 р.). Харків : Вид-во «Оригінал», 2020. С. 55-56.

9. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Кириченко А.С. Стратегічні підходи до управління маркетинговими комунікаціями на підприємстві. Ефективна економіка. 2021. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2021.12.4.

10. Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З., Алещенко В. І. Стратегічне управління як елемент організаційно-економічного механізму забезпечення економічної стійкості підприємства. Економіка та держава. 2021. № 12. DOI: 10.32702/2306-6806.2021.12.30.

11. Гринько Т., Гвініашвілі Т., Сотула В. Особливості управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних умовах. Економіка та суспільство. 2023. Випуск 51. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-8>

12. Гринів Н. Т., Лісовська Л. С. Особливості активізації збутової діяльності компаній за допомогою маркетингових інструментів. Актуальні проблеми сталого розвитку. 2025. Том 2, № 1. С. 96-101.

13. Данилюк В. О., Дашкевич Д. Р. Особливості управління збутовою діяльністю в бізнес-організаціях різних галузей. Бізнес Інформ. 2020. №9. С. 276–283. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-9-276-283>

14. Дячун О. Функції управління збутом на підприємстві. Соціально економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1 (26). С. 69-76. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22dodznp.pdf>

15. Дубівка Д.В. Поняття «збут» в системі управління підприємством. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/2_2013/26.pdf

16. Жорська І.О., Хачірова Ю.С. Сучасні моделі управління запасами на підприємстві Науковий вісник Одеського національного економічного університету. 2023. №11-12 (312-313). С. 192–195. DOI: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-11-12-312-313-192-1>

17. Збут товарів у системі маркетингової діяльності підприємства. URL: <https://buklib.net/books/37394/>

18. Зозульов О.В., Царьова Т.О., Гавриш Ю.О. Маркетинг. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського. 2022. 298 с
19. Іванина Р., Синявський А. Маркетплейси – що це таке простими словами. URL: <https://elit-web.ua/ua/blog/chto-takoe-marketplejsy>
20. Іванечко Н., Борисова Т., Процишин Ю. Маркетинг. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.
21. Ісаєв М.Ю. Класифікація підходів до визначення поняття «Збут». URL:<https://repo.btu.kharkov.ua/bitstream/123456789/25014/1/Suchasnyi%20marketingh%20strategichne%20upravlinnia%20ta%20innovatsiinyi%20rozvytok%2030.04.2020-36.pdf>
22. Кадирус І. Г., Моїсєєв Н. Р., Теренков Д. Д. Зміст і складові маркетингової збутової політики підприємства. Агросвіт. 2024. № 23. С. 165-171. DOI: 10.32702/2306-6792.2024.23.165
23. Кара Н. І., Зинич Л. В. Шляхи підвищення ефективності збутової діяльності підприємств харчової промисловості України в умовах міжнародної економічної діяльності. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2023. № 1 (9). С. 150-158.
24. Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів. URL: https://vuzlit.com/240128/klasifikatsiya_form_metodiv_rozdribnogo_prodazhu_to_variv
25. Клочан О.М. Особливості системи збуту підприємства. Сучасні виклики сталого розвитку бізнесу: матеріали II міжнар. наук.-практ. конф. з проблем вищої освіти і науки, м. Житомир, 4-5 листопада 2021. С.159–160. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/159.pdf>
26. Кошулько О. Найкраще програмне забезпечення для управління запасами на основі штучного інтелекту на 2025 рік. GMDH: веб-сайт. URL: <https://gmdhsoftware.com/ua/inventory-management-software>
27. Кривдик М., П'ятничка М., Заботін В. Рівні управління збутовою діяльністю підприємств. Development Service Industry Management. 2024. (1), 97–101. [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(13\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(13))

28. 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.

29. 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.

30. Літвінчук К.В. Особливості розвитку збутової діяльності промислових підприємств. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Економіка і управління. 2023. № 2. Том 34(73). DOI: <https://doi.org/10.32782/2523-4803/73-2-7>

31. Литовченко Б.В. Удосконалення системи управління збутом продукції на підприємстві. Традиції та нові наукові стратегії у центральній та східній Європі. URL: https://novaosvita.com/wp-content/uploads/2023/11/ScStrCEEur Kyiv-June2023_v2.pdf

32. 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>

33. Ляпунов А.Д. Формування і оптимізація системи збуту на основі системного аналізу. Одеса. URL: <http://economics.openmechanics.com/articles/195.pdf>

34. Маркетинг [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Н. Іванечко, Т. Борисова, Ю. Процишин [та ін.] ; за ред. Н. Р. Іванечко. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 180 с.

35. Могилевська О. Ю. Маркетингова система в управлінні промисловими підприємствами: теорія, методологія, практика : монографія. Київ : КиМУ, 2020. 366 с.

36. Мостова А.Д., Познякова Т.А. Удосконалення управління розподілом та збутом продукції торговельного підприємства з використанням цифрових технологій. Академічний огляд. 2021. № 2 (55). С. 59-68.

37. Ніколаєнко І.В., Іванова О.І. Класифікація маркетплейсів за характерними ознаками. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2021. Вип. 2(87). С. 40-45.

38. Нехай В.В., Колокольчикова І.В. Методологічні засади формування парадигми збуту. Вісник Хмельницького національного університету. Серія : економічні науки. Хмельницький. 2023. № 1. С. 120–125.

39. Павлов К. В., Лялюк А. М., Павлова О. М. Маркетинг: теорія і практика: підручник. Луцьк : СПД Гадяк Жанна Володимирівна. «Волиньполіграф». 2022. 408 с.

40. Пачева Н., Подзігун С. Організація маркетингового менеджменту в системі управління підприємством. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 38. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-38-21>

41. Пащенко О. П., Васьківський О. П., Куліш Н. Теоретичні аспекти оцінки ефективності менеджменту підприємства. Приазовський економічний вісник. 2020. № 1(18). С. 119–125.

42. Підлісна О.А., Дученко М.М. Аналіз підходів до формування запасів у системі збутової діяльності суб'єктів господарювання. Ефективна економіка. 2025. № 2. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2025.2.68>

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

44. 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>

45. Погинайко О. Удосконалення управління збутовою діяльністю підприємств. Актуальні проблеми управління та адміністрування: теоретичні і практичні аспекти: зб. матеріалів X Міжнародної науково-практичної конференції науковців та здобувачів вищої освіти, 15 травня 2025 р. / за наук. ред. А. Івановської. Кам'янець-Подільський : ЗВО «ПДУ», 2025. С. 366-369.

46. Просування товару, стимулювання збуту, пропаганда, персональний продаж, реклама. URL: https://pidru4niki.com/1333122239788/marketing/prosuvannya_tovaru_stimulyuvannya_zbutu_propaganda_personalniy_prodazh_reklama

47. Салівончик І. Р. Управління збутовою діяльністю підприємства : робота на здобуття кваліфікаційного ступеня бакалавра : спец. 073 Менеджмент / наук. кер. Л. О. Ющишина ; Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2024. 53 с.

48. 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>

49. 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.

50. Сергієнко О. А., Давиденко Д. В. Стратегії збутової діяльності підприємства: види та принципи формування. Актуальні проблеми фінансової системи України 2021. Матеріали XVIII міжнародної науково-практичної конференції молодих вчених, аспірантів і студентів : Черкаський державний технологічний університет, 27 лис. 2021 року. Черкаси, 2021. 195 с.

51. Скопенко Н. С., Когут О. О. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення стійкого розвитку підприємств в сучасних умовах. Ефективна економіка. 2022. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9869>

52. Слівінська В.В., Белова Т.Г. Дослідження каналів розподілу продукції підприємства. URL: <https://dspace.nuft.edu.ua/server/api/core/bitstreams/60da0786-1f19-42f7-a692-256ec1231659/content>

53. Софієнко А.В., Шукліна В.В., Набока Р.М. Теоретичний маркетинг. Херсон : Книжкове видавництво ФОП Вишемирський, 2021. 494 с.

54. Терент'єва Н. В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4783>

55. Ткаченко А. Що таке маркетплейс, види, переваги та недоліки. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/yakprosuvati-biznes-na-marketpleysah>

56. Чміль Г.Л. Трансформація простору функціонування бізнес-структур під впливом цифровізації: вимір маркетплейсів. Вісник ХНАУ. Серія «Економічні науки». 2021. № 1. С. 391-405.

57. Швед В., Омельченко О., Дробаха С. Збутова політика підприємства та її елементи. Сталий розвиток економіки. 2024. (2(49)). 76-82. <https://doi.org/10.32782/2308-1988/2024-49-12>

58. Шереметинська О.В., Гаврилюк О.І. Управління збутовою діяльністю підприємств-суб'єктів ЗЕД в сучасних умовах. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4732>

59. Шишкін В.О., Белоусова А.А. Підвищення ефективності системи управління каналами збуту виробничих підприємств. Волинський національний університет імені Лесі Українки. Луцьк, 2021. 126 с.

60. 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.

61. Strategic Interaction of State Institutions and Enterprises with Economic Security Positions in Digital Economy / Y. Rudnichenko, S. Melnyk, N. Havlovska, O. Illiashenko, N. Nakonechna. WSEAS TRANSACTIONS on BUSINESS and ECONOMICS. 2021. Vol. 18. P. 218-230.