

Український державний університет залізничного транспорту

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛОГО
ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Пояснювальна записка і розрахунки
до кваліфікаційної роботи

МРЕ.888.01.06 ПЗ

Розробив: студент 2 курсу, групи 219-П-Д24
спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля»
(роботу виконано самостійно, відповідно до
принципів академічної доброчесності)



Євгеній КАМИШОВ

Керівник: професор, д-р екон. наук
Володимир ДИКАНЬ

Рецензент: професор, д-р екон. наук
Олена КІРДІНА

2026

Український державний університет залізничного транспорту

Факультет економічний

Кафедра економіки та управління виробничим і комерційним бізнесом

Рівень вищої освіти: магістр

Спеціальність: 076 «Підприємництво та торгівля»

Освітня програма: «Підприємництво»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри,
професор, д-р екон. наук



_____ Володимир ДИКАНЬ

«_____» _____ 2026 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**
Камишову Євгенію Вікторовичу

1 Тема «Формування стратегії збутової діяльності малого підприємства в сучасних умовах господарювання»

керівник Дикань Володимир Леонідович, д-р екон. наук, професор

затверджені розпорядженням по економічному факультету

від «27» лютого 2025 року № 69/25

2 Строк подання студентом закінченої роботи «06» січня 2026 року

3 Вихідні дані: Баланс ФОП Миргородська В.О. за 2020-2024 рр.

Звіт про фінансові результати ФОП Миргородська В.О. за 2020-2024 рр.

Звіт про рух грошових коштів ФОП Миргородська В.О. за 2020-2024 рр.

Науково-методична література

Статистична інформація

Періодичні видання

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

1 Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємств малого бізнесу

2 Аналіз діяльності ФОП Миргородська В.О.

3 Формування стратегії збутової діяльності підприємств малого бізнесу

5 Перелік графічного матеріалу

- 1 Мета, завдання, предмет та об'єкт кваліфікаційної роботи
- 2 Складові збуту у системі підприємства
- 3 Система стратегій збутової діяльності підприємства
- 4 Підсистеми збутової політики підприємства
- 5 Етапи ефективного способу просування продукції на ринку
- 6 Аналіз стану ринку в сфері виробництва спортивних товарів
- 7-8 Аналіз господарської діяльності ФОП Миргородська В.О. за 2020-2024 роки
- 9 Основні принципи побудови стратегії підприємства
- 10 Етапи формування стратегії збуту продукції підприємства
- 11 Принципи клієнтоорієнтованості
- 12 Формування клієнтоорієнтованої стратегії малого підприємства
- 13 Розрахунок економічної ефективності впровадження інформаційної технології для ФОП Миргородська В.О.

6 Консультанти окремих розділів

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

7 Дата видачі завдання «24» лютого 2025 року.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Назва етапів	Строк виконання етапів	Примітка
1 Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємств малого бізнесу	17.03.2025	викон.
2 Аналіз діяльності ФОП Миргородська В.О.	30.04.2025	викон.
3 Формування стратегії збутової діяльності підприємств малого бізнесу	09.10.2025	викон.
Висновки	03.11.2025	викон.
Графічна частина	02.12.2025	викон.

Студент  Євгеній КАМИШОВ

Керівник  Володимир ДИКАНЬ

Зміст

Вступ	6
1 Теоретичні аспекти управління збутовою діяльністю підприємств малого бізнесу	10
1.1 Теоретичні засади збутової діяльності підприємств	10
1.2 Особливості управління збутовою діяльністю підприємства в сучасних умовах	19
1.3 Управління збутом підприємств малого бізнесу	28
Висновки до розділу 1	36
2 Аналіз діяльності ФОП Миргородська В.О.	39
2.1 Характеристика сфери діяльності малого підприємства	39
2.2 Аналіз товарообігу	50
2.3 Аналіз основних фондів	52
2.4 Аналіз трудових ресурсів	55
2.5 Аналіз витрат і доходів	57
2.6 Аналіз ефективності діяльності	61
Висновки до розділу 2	64
3 Формування стратегії збутової діяльності підприємств малого бізнесу	66
3.1 Принципи та етапи формування стратегії збутової діяльності підприємства	66

					МРЕ. 888.01.06 ПЗ			
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата	Формування стратегії збутової діяльності малого підприємства в сучасних умовах господарювання	Літ.	Арк.	Аркушів
Розроб.		Камишов						
Перевір.		Дикань					4	110
Рецензент						УкрДУЗТ 4		
Н. Контр.		Назаренко						
Затверд.		Дикань						

3.2 Клієнтоорієнтованість як чинник підвищення якості обслуговування споживачів	73
3.3 Запровадження інформаційної технології для удосконалення збутової діяльності малого підприємства та розрахунок економічної ефективності	87
Висновки до розділу 3	97
Висновки	100
Список використаних джерел	104

					МРЕ. 888. 01.06 ПЗ	Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дат		

АНОТАЦІЯ

Дана кваліфікаційна робота включає в себе 13 слайдів презентації, 110 аркушів пояснювальної записки формату А4, що включає 17 рисунків, 10 таблиць, 71 літературне джерело.

Ключові слова: УПРАВЛІННЯ, ЗБУТОВА ДІЯЛЬНІСТЬ, СТРАТЕГІЯ, КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТЬ, РОЗВИТОК, ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ, ЕФЕКТИВНІСТЬ.

Об'єктом дослідження є процес управління збутовою діяльністю малого підприємства.

Метою дослідження є обґрунтування теоретичних основ формування стратегії управління збутовою діяльністю малого підприємства.

У кваліфікаційній роботі узагальненні теоретичних основ і вдосконаленні методичних підходів щодо формування стратегії збутової діяльності малого підприємства.

Розроблено методичні рекомендації спрямовані на підвищення ефективності управління збутовою діяльністю малого підприємства в сучасних ринкових умовах.

Розкрито ключові особливості формування збутової діяльності малих підприємств.

Сформовано стратегію збутової діяльності малого підприємства з урахуванням сучасних умов ведення господарської діяльності.

ABSTRACT

This qualification work includes 13 presentation slides, 110 sheets of explanatory notes in A4 format, including 17 figures, 10 tables, 71 literary sources.

Keywords: MANAGEMENT, SALES ACTIVITIES, STRATEGY, CUSTOMER ORIENTATION, DEVELOPMENT, INFORMATION TECHNOLOGIES, EFFICIENCY.

The object of the study is the process of managing sales activities of a small enterprise.

The purpose of the study is to substantiate the theoretical foundations of forming a strategy for managing sales activities of a small enterprise.

The qualification work summarizes the theoretical foundations and improves methodological approaches to forming a strategy for the sales activities of a small enterprise.

Methodological recommendations have been developed to increase the efficiency of managing sales activities of a small enterprise in modern market conditions.

The key features of the formation of sales activities of small enterprises are revealed.

A strategy for the sales activities of a small enterprise is formed, taking into account modern conditions for conducting economic activity.

Список використаних джерел

- 1 Господарський кодекс України: офіц. текст: станом на 16.01.2003 р. – Х.: Одиссей, 2007. – 240 с.
- 2 Про господарські товариства України : закон України: [офіц. текст : станом на 17 жовт. 2010 р.]. URL: http://maur-sevastopol.narod.ru/e_katalog/p08_44.pdf.
- 3 Про підприємництво: закон України [офіц. текст станом 5 квітня 2015 року N 273/96-ВР]. Відомості Верховної Ради. 1991. № 14. стаття 168. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
- 4 Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою: навчальний посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2011. 240 с.
- 5 Балабанова Л.В. Маркетинговий аудит системи збуту. Донецьк, 2003. 189 с.
- 6 Баланюк І.Ф., Іваночко Н. В. Управління збутовою діяльністю підприємств: сутність та значення. Інноваційна економіка: навч. посібник. Тернопіль, 2015. С. 165–169.
- 7 Белінський П. І. Менеджмент виробництва та операцій: підручник. Київ: Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.
- 8 Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну Проблеми економіки організацій та управління підприємствами*. 2014. Вип. 3. Ч. 1. С. 102–107.
- 9 Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Механізм функціонування суб'єктів підприємництва в контексті економічної безпеки країни. *Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2018. Вип. 3(15). С. 58–64.
- 10 Гринько Т. В., Гвініашвілі Т. З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку : колект. моногр. /

за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К.О., 2018. С. 244–320.

11 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.

12 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.

13 Гринько Т. В., Гвініашвілі Т.З. Управління торговельними підприємствами: інструменти, моделі, принципи та механізми. Торгівля та біржова діяльність в Україні: проблеми і стратегії розвитку : колект. моногр. / за заг. ред. Т. В. Гринько. Дніпро : Біла К. О., 2018. С. 244–320.

14 Гринько Т. В., Стрепетова А. М. Інтернет-технології як інструмент маркетингової діяльності підприємства. *Економіка і менеджмент 2018: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* : зб. наук. Праць Міжнар. наук-практ. Конф., 19-20 квіт. 2018 р.: у 8 т. Т. 7 Інноваційні технології фінансового менеджменту суб'єктів господарювання. Управління якістю як механізм економічного зростання регіону та країни. Дніпро : Біла К. О., 2018. С. 69–72.

15 Державна служба статистики України : сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

16 Дикань В.Л., Кірдіна О.Г. Сутнісні аспекти конкурентоспроможності національної економіки. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2009. № 28. С. 13-20.

17 Дикань В. Л. Товарознавство та комерційна діяльність: підручник / В. Л. Дикань та ін.; за ред. В. Л. Дикань. Харків: УкрДУЗТ, 2018. 362 с.

18 Дикань В. Л., Воловельська І. В. Інноваційні стратегії підприємств: проблеми, шляхи вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2019. № 67. С. 9–17.

19 Дикань В. Л., Воловельська І. В., Маковоз О. В. Економічна безпека

підприємства: навч. посібник. Х.: УкрДАЗТ, 2011. 243 с.

20 Дикань В. Л., Єлагін Ю .В., Сухорукова Т. Г. Економіка праці на підприємствах залізничного транспорту: підручник. Х.: УкрДАЗТ, 2012. 275 с.

21 Дикань В. Л., Козинець А. С., Чупир Т. Я. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці: навчальний посібник. Харків, 2004. 161 с.

22 Дикань В. Л., Корінь М. В. Державне регулювання промислового розвитку України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. №. 61. С. 9-19.

23 Дикань В. Л., Маслова В.О. Організація виробництва: навчальний посібник. Харків, УкрДАЗТ, 2013. 422 с.

24 Дикань В.Л., Островерх Г.С. Удосконалення механізмів державного управління розвитком залізничної галузі України у євроінтеграційному просторі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 62. С. 11–19.

25 Дикань В.Л., Толстова А.В. Розвиток економіки України на основі принципу рівноправності відносин держави, бізнесу та суспільства. *Вісник економіки транспорту та промисловості*. 2018. № 63. С. 9-19.

26 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 1. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 55 с.

27 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 2. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 45 с.

28 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 3. Харків : УкрДУЗТ, 2021. 49 с.

29 Дикань, В. Л., Воловельська І.В., Каличева Н.Є. Економіка підприємства: конспект лекцій. Ч. 4. Харків : УкрДУЗТ, 2022. 50 с.

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

31 Елементи комплексу просування. URL: <https://buklib.net/books/28686/>

32 Збут товарів у системі маркетингової діяльності підприємства. URL:

<https://buklib.net/books/37394/>

33 Кавтиш О.П. Наукові підходи до формування та запровадження системи управління збутовою політикою комерційного підприємства. Наук. Вісник Херсонського державного університету. *Економічні науки*. 2016. Вип. 21, Ч. 1. С. 99–103. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_21/1/28.pdf

34 Каличева Н.Є., Камишов Є.В., Ричков Д.С. Управління збутовою діяльністю комерційних підприємств: актуальні виклики та напрями вирішення. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2025. № 91.

35 Каличева Н.Є., Кістанов М.В. Роль цифровізації в управлінні продажами. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2025. № 4 (93). URL: <https://www.daemmt.odessa.ua/index.php/daemmt/article/view/609>

36 Камишов Є. Управління збутовою діяльністю підприємств в сучасних умовах: тези доповідей. Матеріали 85-ї студентської науково-технічної конференції (10 - 11 грудня 2025 р. м. Харків). Харків: УкрДУЗТ. 2025. С. 529-530

37 Камілова С. Р., Яцун Ю. Ю. Управління збутовою діяльністю. URL: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/337>

38 Класифікація форм і методів роздрібного продажу товарів. URL: [https://vuzlit.com/240128/klasifikatsiya_form_metodiv_rozdribnogo_prodazhu_tov ariv](https://vuzlit.com/240128/klasifikatsiya_form_metodiv_rozdribnogo_prodazhu_tov_ariv)

39 Котлер Ф., Келлер К.Л., Павленко А.Ф. Маркетинговий менеджмент. Київ : Хімджест, 2010. 720 с.

40 Кривдик М., П'ятничка М., Заботін В. Рівні управління збутовою діяльністю підприємств. *Development Service Industry Management*, 2024. Вип.1, С. 97–101. URL: [https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5\(13\)](https://doi.org/10.31891/dsim-2024-5(13))

41 Нові форми продажу товарів та послуг. URL: <https://buklib.net/books/28396/>

42 Окландер М.А., Романенко О.О. Цифровий маркетинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка: реалії часу*.

2022. № 1 (59). С. 43–51. DOI: 10.15276/ETR.01.2022.6.

43 Організація продажу товарів у магазинах. URL: https://pidru4niki.com/15830523/marketing/organizatsiya_prodazhu_tovariv_magaz_inah

44 Основні методи просування товару на ринок. URL: https://aboutmarketing.info/osnovy-marketynhu/osnovni-metody-prosuvannya-tovaru-na-rynok/#Ak_vibrati_metod_prosuvanna_tovaru_na_rinok

45 Примак Т.О. Трансформаційні перетворення рекламного креативу в Україні. Науково-практичне видання. Київ, 2011. 190 с.

46 Проволоцька О. М. Методичні аспекти збуту промислової продукції. *Економіка: проблеми теорії та практики*. 2003. Вип. 176. С. 211–218.

47 Продіус О.І., Донецькова В.А. Інструменти digital-маркетингу у комплексному просуванні. Економічний журнал *Одеського політехнічного університету*. 2022. № 1 (19). С. 56–66. DOI: 10.15276/EJ.01.2022.6

48 Проскурніна Н., Бестужева С., Козуб В. Аналітичні аспекти дослідження поведінки споживачів в умовах цифровізації економіки України. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-40>

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

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 Сергієнко О. А., Мащенко М. А., Швець А. Д. Аналіз маркетингових інструментів удосконалення стратегії управління продажами компанії. *Ефективна економіка*. 2024. No 1. DOI: <http://doi.org/10.32702/2307->

52 Слесь І.Р., Круш П.В. Методологія аналізу збутової діяльності підприємства. *Мукачівський науковий вісник* 2018. Вип. 16. Ч. 1. С. 478–483.

53 Слободяник А., Білич В., Лисий В., Дудковський Т. Стан цифрової сфери роздрібної інтернет торгівлі. *Київський економічний науковий журнал*. 2024. № 5. С. 136–142. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2024-5-20>

54 Терент'єва Н. В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. *Вісник Запорізького національного університету: збірник наукових праць. Економічні науки*. 2016. № 1 (29). С. 127–138.

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

56 Терент'єва Н.В. Принципи та функції управління збутовою діяльністю. *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки*. 2016. Вип. 1 Ч. 29. С. 127–138.

57 Тімченко О. Д. Оцінка ефективності управління продажами підприємства торгівлі. *Бізнес Інформ*. 2021. No 6. С. 184-189. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-6-184-1898>.

58 Тюха І. В. Маркетингові комунікації та просування продукції вітчизняних хлібопекарських підприємства на зовнішні ринки. *Ефективна економіка*. 2012. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1273>

59 Тяжкун Є. Інтеграційна взаємодія маркетингу та логістики: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-72>

60 Шереметинська О.В., Гаврилюк О.І. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2016. № 1. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2016/32.pdf

61 Які інструменти просування існують? URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/marketing/akiinstrumenti-prosuvanna-isnuut>

62 Aksoy L. Keiningham, T.L. Bejou D. Objectives of customer centric

approaches in relationship marketing. *Journal of Relationship Marketing*, 2008. Vol. 6. PP. 1-19.

63 Intel Corp. URL: <https://www.intel.com/content/www/us/en/homepage.html>

64 Matviyets, O.V. and Koshivska, M. V. Sales management as part of economic activity of enterprise. *Modern Economics*, 2018. Vol. 11(2018), pp. 116–121. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V11\(2018\)-19](https://doi.org/10.31521/modecon.V11(2018)-19).

65 Shwethashree P. Customer Orientation: Definition, Examples & Skills URL: <https://infraon.io/blog/customer-orientation/>

66 Smith M. Building a Customer-Oriented Company: Strategies & Examples URL: <https://www.helpscout.com/blog/customer-oriented/>

67 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.

68 The strategy of choosing promising markets for the enterprise -subject of foreign economic activity on the basis of accessibility, safety and profitability criteria / N. Havlovska, Ye. Rudnichenko, I. Babi, S. Matiukh, L. Liubokhynets, V. Lopatovskyi // *Quality-Access to Success Journal*. 2020. Vol. 21, No. 178. p. 26-34.

69 Wintermantel H. How to create a customer-centric strategy in 2024. URL: <https://www.zendesk.com/blog/customer-centric-business>

70 Методичні вказівки до виконання кваліфікаційної роботи для здобувачів вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» / укладачі : В. Л. Дикань, Н. Є. Каличева, І. Л. Назаренко - Харків: УкрДУЗТ, 2023. - 62 с.

71 Студентська навчальна звітність. Текстова частина (пояснювальна записка). Загальні вимоги до побудови, викладення та оформлення: методичний посібник з додержання вимог нормоконтролю у студентській навчальній звітності /Козар Л.М. [та ін.]; за заг. ред. Л.М. Козара. Х.: УкрДУЗТ, 2018. 54 с.