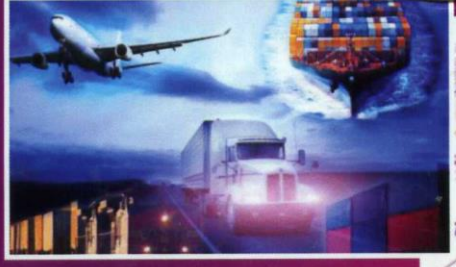

С. Л. Литвиненко, О. С. Трегубов,
В. С. Войцеховський, О. В. Семенда,
Ю. М. Попова, Т. В. Кайдакова

МАРКЕТИНГ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТА УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

КОНДОР

УДК 339.13.338.4.658.6
JEL: M31, L 26, L 80, L 81

Рекомендовано вченою радою Волинського інституту ім. В. Липинського ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом» як підручник для студентів вищих навчальних закладів (протокол №2від 30 вересня 2021 р.).

Рецензенти:

А.М. Новікова – д-р. економ. наук, старш. наук. співроб., начальник центру наукових досліджень комплексних транспортних проблем Державного підприємства «ДержавтотрансНДІпроект»;

В.П. Яновська – д-р економ. наук, проф., зав. кафедри «Економіка та підприємництво» Державного університету інфраструктури та технологій.

С.Л. Литвиненко

Маркетинг в підприємницькій діяльності та управління продажем логістичних послуг: підручник. С. Л. Литвиненко, О. С. Трегубов, В. С. Войцеховський, О. В. Семенда, Ю. М. Попова, Т. В. Кайдакова. – К. : Видавничий дім «Кондор, 2021. – 280 с.

Викладено загальні концепції маркетингу та його роль у бізнесі, сутність маркетингової стратегії та стратегічний аналіз ринків, загальні принципи організації продажів та принципи конкуренції, механізми управління продажами в логістичній системі, забезпечення економічної ефективності продажів логістичних послуг, трансформація системи продажів логістичних послуг.

Для студентів Галузей знань 05 «Соціальні та поведінкові науки», 07 «Управління та адміністрування» та 27 «Транспорт».

The general concepts of marketing and its role in business, the essence of marketing strategy and strategic analysis of markets, general principles of sales organization and competition principles, sales management mechanisms in the logistics system, ensuring economic effectiveness of logistics services sales, and the transformation of the sales system of logistics services are outlined.

For students of fields of study 05 "Social and Behavioral Sciences", 07 "Management and Administration" and 27 "Transport".

ISBN 978-617-8052-77-5

© С. Л. Литвиненко, О. С. Трегубов, В. С. Войцеховський, О. В. Семенда, Ю. М. Попова, Т. В. Кайдакова, 2021.
© Видавничий дім «Кондор», 2021.

785236

ЗМІСТ

Передмова 4

ЧАСТИНА 1. МАРКЕТИНГ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ 7

Розділ 1. Загальні концепції маркетингу та його роль у бізнесі 7

1.1. Історична еволюція маркетингу, його концепції, цілі, принципи та функції 7

1.2. Значення маркетингу для бізнес-середовища, суспільства та підприємств 13

1.3. Загальні особливості маркетингової діяльності на підприємствах 16

1.4. Практичні інструменти реалізації маркетингової діяльності на підприємствах 29

Розділ 2. Сутність маркетингової стратегії та стратегічний аналіз ринків 57

2.1. Загальна характеристика процесу стратегічного маркетингу 57

2.2. Передумови вибору маркетингових стратегій підприємств 70

2.3. Маркетингові стратегії підприємств різних сфер економіки 79

2.4. Стратегічний та тактичний маркетингові плани 90

2.5. Технологія маркетингових досліджень ринку 95

ЧАСТИНА 2. УПРАВЛІННЯ ПРОДАЖЕМ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ 111

Розділ 3. Загальні принципи організації продажів та конкуренція 111

3.1. Теоретичні передумови організації продажів 111

3.2. Структура організації продажів 119

3.3. Маркетингово-логістичні моделі 126

3.4. Конкуренція: види, продуктовий ринок, ринок послуг 129

Розділ 4. Механізми управління продажами в логістичній системі 151

4.1. Характеристика каналів продажів 151

4.2. Організовані товарні ринки. Визначення доходів за точками продажів логістичних послуг 157

4.3. Мотивація персоналу при організаціях продажів логістичних послуг 163

4.4. Організація переговорного процесу з продажу, презентація та просування товару. Претензійна робота 173

Розділ 5. Забезпечення економічної ефективності продажів логістичних послуг 192
5.1. Ринок логістичних послуг України 192
5.2. Показники аналізу ефективності логістичних продажів 198
5.3. Мінімізація логістичних витрат 214
5.4. Ціноутворення та задання мінімальних рівнів рентабельності 219
Розділ 6. Трансформація системи продажів логістичних послуг 232
6.1. Трансформація світових логістичних ринків 232
6.2. Зміни у розумінні клієнта на логістичному ринку 242
6.3. Вплив на бізнес-моделі клієнтів 248
6.4. Трансформація організації культури 258
Предметний покажчик 271
Іменний покажчик 272
Список літератури 273