

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Боровик Т.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Полтавська державна аграрна академія

Даниленко В.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри маркетингу

Полтавська державна аграрна академія

Перед підприємствами всіх форм власності, що здійснюють свою господарську діяльність на території України, актуальним на сьогодні є питання управління збутовою діяльністю. Підвищення ефективності господарської діяльності та фінансового стану підприємств напряду пов'язані з вирішенням проблем в системі управління збутовою діяльністю підприємств.

Поняття «збут» можна розглядати як в широкому так й вузькому значенні. Збут у широкому розумінні – процес організації складування, транспортування, підтримки запасів, просування до оптових і роздрібних торговельних ланок, передпродажної підготовки, упакування й реалізації товарів з метою задоволення потреб покупців і отримання на цій основі прибутку. Збут у вузькому значенні (продаж, реалізація) – процес безпосереднього спілкування продавця й покупця, спрямований на отримання прибутку і потребуючий знань, навичок і певного рівня торгової компетенції [2].

Планування збутової діяльності є одним з найважливіших пріоритетів в галузі стратегічного планування розвитку підприємства, оскільки результати ефективної організації збутової діяльності чинять прямий вплив на результати господарської діяльності підприємства в цілому.

Основною метою збутової логістики є максимізація отримуваних прибутків за рахунок правильної організації збуту та зростання обсягів продажу товарів, а також оптимального вичерпного завантаження наявних виробничих потужностей підприємства. Усе це можливо передусім за допомогою ефективного ведення маркетингової політики на підприємстві як важливої складової розподільчої логістики компанії [3].

Використання логістичних рішень в управлінні збутовою діяльністю підприємств повинно здійснюватись шляхом:

- вивчення потреб ринку (маркетингові дослідження);
- побудови системи координації логістичних процесів на рівні управління (планування, контроль, регулювання) та реалізації (просторово-часове переміщення засобів);
- вивчення діяльності конкурентів (їх методів просування, зв'язків із постачальниками та покупцями);
- просування продукту на ринок шляхом застосування інструментів, методів маркетингу, а також пошуку найбільш ефективних каналів і форм розподілу;
- установа договірних відносин на постачання продукції;
- формування системи своєчасного поповнення товарів шляхом налагодження необхідних зв'язків з постачальниками і посередниками;
- формування ефективної системи транспортно-експедиторського обслуговування з метою найповнішого задоволення потреб споживачів.

Основні економічні ефекти управління збутовою діяльністю підприємств - виробників із використанням логістичних чинників наведено у табл. 1 [5, с. 278].

Таблиця 1

Основні економічні ефекти, що характеризують ефективності управління збутовою діяльністю підприємств із використанням логістики

Напрями підвищення ефективності	Джерела підвищення економічної ефективності
Збільшення кількості замовлень і підвищення стабільності попиту	Підвищення точності планування за рахунок єдиних інформаційних каналів, синхронізації бізнес-процесів, спільного прогнозування попиту, скорочення часу виведення нових виробів на ринок
Зменшення страхових запасів (заміна запасів точною інформацією)	
Зменшення ризиків і підвищення надійності планів та поставок	Підвищення якості оперативного управління за рахунок безперервного моніторингу всього ланцюга постачань, своєчасного визначення відхилень і порушень у ланцюгу постачань
Зменшення витрат	Скорочення частини витрат на маркетинг і логістику за рахунок ліквідації бізнес-процесів, пов'язаних із невизначеністю в закупівлях, складуванні та збуті

Важливим етапом збутової логістики є розробка і реалізація логістичної стратегії, яка складається із сукупності стратегічних рішень, прийомів і планів,

пов'язаних із керуванням збутом; вона формує зв'язок між стратегіями вищого рівня і детально опрацьованими операціями, що виконуються у збуті продукції.

Основними напрямками логістичної стратегії збуту є [7, с. 125]:

- мінімізація витрат – дозволяє отримувати більший прибуток;
- обслуговування споживачів – логістика контролює обсяг запасів, час доставки продукції, швидкість реагування на запити споживачів і т. п., виграш за рахунок цих показників дозволяє збільшити власну конкурентоспроможність;
- параметри часу – своєчасність означає швидку і надійну доставку;
- якість – логістика зобов'язана зробити свій внесок у підвищення конкурентоспроможності фірми;
- гнучкість – логістична стратегія повинна будуватися на основі надання послуг, які виконуються з урахуванням вимог конкретного замовника.

Отже, застосування логістичного підходу в управлінні збутовою діяльністю підприємств є необхідною умовою їх успішної діяльності. Конкурентними перевагами логістичної концепції управління збутом є мінімальний рівень грошових витрат і затрат часу на збут і можливість отримання максимального прибутку з найменшими ризиками.

Список використаних джерел:

1. Біловодська О.А. Логістичні витрати підприємств виробництва будівельних матеріалів. Вісник Української академії банківської справи. 2012. № 2 (33). С. 84-88.
2. Гамалій В.Ф., Романчик С.А., Фабрика І. В. Сучасні проблеми збутової політики українських підприємств. URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22\(2\)_ekon/stat_20_1/02.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_22(2)_ekon/stat_20_1/02.pdf) (дата звернення: 30.03.2020).
3. Заборська Н.К., Жуковська Л.Е. Основи логістики: навч. посібник. Одеса: ОНАЗ ім. О.С. Попова. 2011. 216 с.
4. Равікович І.Є. Інтернет-маркетинг як невід'ємна складова збутової логістики промислового підприємства. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2015. Вип. 14. Ч. 4. С. 84-88.

5. Харрисон А. Управление логистикой: разработка стратегий логистических операций. Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс. 2007. 368 с.