

ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЗАСТОСУВАННЯ ЛОГІСТИКИ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВОМ

Д. Литвин, студент гр.
МТС-1-19 Науковий керівник: І.
Пальчик, к.е.н., доцент

Розвиток ринкових процесів в Україні вимагає створення нових систем управління підприємством, аби максимально ефективно використовувати наявні ресурси, зміцнюючи при цьому свою позиції на висококонкурентному ринку. Таке реформування викликане входженням України до світового економічного простору як рівноправного економічного партнера, що ставить перед вітчизняними підприємствами досягнення певного рівня розвитку задля свого ефективного функціонування, задоволення власних потреб та потреб споживачів.

В нових умовах господарювання процес управління реалізацією продукції набуває усе більш складного і динамічного характеру і виходить далеко за рамки власне збуту, поширюючись на багато інших сторін діяльності організації. Для найбільш ефективного управління даним процесом необхідна розробка нових методів і удосконалення вже існуючих, тому що, як показав аналіз останніх, вони здебільшого не придатні для використання в умовах ринкової економіки. В умовах ринкової економіки ефективна діяльність підприємств як у довгостроковому, так і в поточному періодах, темпи і напрямки їхнього розвитку залежать від правильного вибору виробничо-збутової стратегії, яка є початковою ланкою для планування роботи підприємства на всіх рівнях. При цьому необхідно, щоб прийняття рішень ґрунтувалось на достовірній інформації про зміни у зовнішньому і внутрішньому середовищі, враховувало велику кількість обмежень, зокрема місткість ринку або окремих його сегментів, ресурси підприємства та ін.; давало можливість виробити такий план дій, який дозволив би досягти визначеної підприємством мети, а також максимізації головного показника результатів роботи — прибутку.

Зазначимо, що одне з ключових збутових рішень – рішення про вибір моделі збутової мережі та вибір каналів розподілу продукції. Канали розподілу

- це проміжні ланки, що одержують товари на шляху до кінцевого споживача. У якості таких ланок можуть виступати ринкові посередники: оптовики, дилери, дистриб'ютори та ін. Можуть використовуватися різноманітні варіанти розподілу товарів: за участю проміжних ланок (непрямий канал) або без них (прямий канал). Це залежить від намірів і можливостей товаровиробника самому брати на себе ризик по організації збуту своєї продукції; наявності конкурентів і

їхньої торгової політики; можливості або неможливості мати торговий персонал свого підприємства (об'єднання) і забезпечити йому необхідне і постійне завантаження; знання кон'юнктури ринку й уміння швидко реагувати на її зміни; популярності й авторитету виробника товару; існуючих законів і домовленостей і ін. У кінцевому рахунку виробник повинний вибрати такий канал або таку їхню комбінацію, щоб забезпечити протягом можливо більш тривалого періоду часу продаж максимальної кількості товарів із мінімальними витратами. Вибір каналу збуту або форми реалізації продукції залежить від ряду чинників: якості продукту, відношення до нього споживачів, збутової мережі, типів оптових або роздрібних підприємств торгівлі, функцій і принципів роботи конкретних магазинів.

Отже, збут залишається вузьким місцем для більшості українських підприємств, тому, виходячи з усього наведеного вище ми можемо справедливо говорити про виняткову важливість ефективної організації збуту на підприємстві. Від того, наскільки ефективно буде організовано збут продукції на підприємстві, багато в чому залежить успішність функціонування підприємства в ринкових умовах та його конкурентоспроможність.