

РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІКА АПК, РОЗМІЩЕННЯ ПРОДУКТИВНИХ СИЛ, ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ Й ОХОРОНА НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 658.81/89:330.342.22

ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Л.О.МАРМУЛЬ – д.е.н., професор,

А.Ж.САКУН – к.е.н., доцент, Херсонського ДАУ

Постановка проблеми. Сфера збутової діяльності починає активно розвиватися в трансформаційній економіці. Сучасні підприємства-виробники використовують логістику як нове, прогресивне мислення, методологію найефективнішої виробничо-господарської, підприємницької й комерційної діяльності, яка відкриває широкі можливості й перспективи для підвищення їх ефективності та конкурентоспроможності. Особливої значущості на підприємствах набуває проблема формування адекватної ринковій економіці сфери обігу, яка обслуговує рух товарних і інформаційних потоків. Її вирішення потребує нових підходів до використання концепцій логістики, які не тільки можуть істотно вплинути на ефективність підприємств виробників за рахунок поліпшення якості постачань і скорочення логістичних витрат у сфері обігу, а й дають змогу одержати додаткові конкурентні переваги на ринку.

Постановка завдання. У працях зарубіжних і українських учених достатньо глибоко досліджено структуру збутової системи, принципи її функціонування, основні засади використання маркетингових комунікацій, але ще багато її компонентів не до кінця з'ясовано.

Результати досліджень. У ринкових умовах для досягнення ефективної діяльності виробничої організації недостатньо лише виробити продукт чи послугу. Для продажу цього товару необхідно відповідним чином організувати його просування до споживача, яке визначає такий важливий вид діяльності підприємства, як збут виробленої продукції. Збутовою діяльністю займаються організації різних типів, навіть некомерційні. Але в першу чергу це – виробники, посередники і ті, хто доводить продукцію до її кінцевих споживачів. У різних ланках розподілу ця діяльність може набувати вигляду транспортних перевезень, гуртової або роздрібною торгівлі, посередницьких послуг.

Аналізуючи рух товарів і послуг від виробника до споживача, вважаємо, що необхідно окремо виділяти такі елементи:

а) формування і забезпечення роботи каналів розподілу;

б) розробка і здійснення складської політики в процесі дистрибуції;

в) оптимізація товарних потоків з використанням збутової логістики.

Для здійснення двох останніх елементів необхідна наявність розподілу товарів і послуг через збутові канали.

Традиційно канали розподілу – це системи, в яких продукція і відповідальність або власність на неї передаються від рівня до рівня (від посередника до посередника) і, врешті-решт, досягає споживача [5, С.42].

Ланцюги, по яких відбувається рух товарів від виробника до споживача, мають різні назви: канали розподілу, маркетингові канали, дистрибуційні тощо.

Однак, незалежно від виду каналу розподілу, процес управління ним має подібні ознаки. Управління розподілом товарів включає в себе набір рішень і процесів, які мають відношення до потоку товарів або послуг від виробника до споживача. Управління каналами розподілу (або процесом розподілу) полягає у здійсненні підрозділами компанії планування типів дистрибуційних каналів та товароруку, організації діяльності каналів, контролі діяльності різних ланок розподілу, мотивації внутрішніх працівників та персоналу партнерських організацій.

Побудова збутових мереж повинна включати умови складування товару як у виробника, так і на різних рівнях розподілу. У зв'язку з цим постає необхідність оптимізації складів, складських запасів і відповідних витрат.

Виробничі підприємства, які намагаються оптимізувати складські запаси, розпочинають їх планування із складання прогнозу споживчого попиту на свою продукцію. Цього, на нашу думку, слід дотримуватися і торговим підприємствам, які займаються складуванням продукції. У випадку значних надлишків товарних запасів на складах у дистрибуторських мережах існують ризики збитків у результаті закінчення терміну придатності продукції.

Затрати, пов'язані із створенням і утримуванням запасів можуть бути різні. До них відносять затрати, заморожені в запасах фінансові засоби; витрати на утримання спеціально обладнаних приміщень; оплата праці професійного персоналу; затрати, які враховують постійний ризик псування, крадіжок, а також моральне і фізичне старіння запасів; затрати, пов'язані із коливанням кон'юнктури ринку.

Одним із способів ефективного використання складів у світовій практиці є система під англійською назвою „Just-in-time” – „точно в час”. При застосуванні цієї системи, фактично, різко зменшується потреба в складських приміщеннях, оскільки поставка матеріальних (або суто товарних) потоків планується так, щоб вони прибували якраз у момент, коли необхідні для використання (поставки в торгові точки).

Багато видів товарів і послуг мають сезонний характер попиту. Це – важливий момент, який слід враховувати в процесі складування. У сезони зростання попиту на продукцію мають місце такі процеси: відсутність можливості поставки необхідної кількості продукції; сезонне підвищення цін на продукцію.

Логічним є висновок, що перед сезонним зростанням попиту на продукцію доцільно нарощувати товарні запаси. Така політика дає можливість, з одного боку, задовольняти попит на продукцію, з іншого – збільшувати товарну націнку (при умові зростання цін на ринку).

При збільшенні кількості складів вартість доставки на них товарів зростає, оскільки зростає кількість поїздок і сукупна величина пробігу транспорту. Оскільки ця залежність не прямолінійна, то витрати на доставку ростуть повільніше, ніж відстань.

Інша частина транспортних витрат – доставка товарів зі складів споживачам – із зростанням кількості складів знижується за рахунок зменшення відстані, яку проїжджають транспортні засоби. Збільшення кількості складів зумовлює зниження затрат на експлуатацію одного складу і зростання сукупних затрат на утримування всього складського господарства.

Отже, можна зробити висновок, що склади – це необхідна ланка у збутовому ланцюгу, яка, однак, потребує оптимізації. Складські запаси повинні становити рівень, який не перевищуватиме страховий товарний резерв.

Для оптимізації запасів як на складах, так і в торговельних точках необхідно користуватися інструментарієм логістики.

Існує ряд умов, при яких можливе використання логістики:

– умови існування ринку: наявність ринку покупців, присутність на ринку конкуренції.

– умови пристосування: створення тривалої мотивації, свобода діяльності підприємства.

– умови розширення ринку: свобода розпорядження капіталом, свобода вибору сфери своєї праці.

У типовому логістичному ланцюгу, який починається у виробника (постачальника) і закінчується у роздрібного торговця, можливе використання трьох логістичних стратегій: пряма поставка товару, коли продукція від підприємства-виробника спрямовується в роздріб без участі дистрибуції; складська доставка, яка вважається класичним варіантом дистрибуції, де склади-посередники зосереджують певний запас товару для рітейлерів; транзитна доставка товару (cross-docking), яка є сучасним інноваційним варіантом дистрибуції, коли відбувається безперервний розподіл товару і його спрямування в роздрібну торгівлю через транзитні (або пере навантажувальні) склади[4, С.65].

Пряма доставка товару використовується для уникнення ситуацій проміжного складування товару. У результаті відсутні витрати на створення і функціонування дистрибуційних центрів і філіалів. Іншою

логістичною перевагою є мінімізація часу доставки. Недоліками є ріст транспортних витрат і збільшення ризиків для виробника, оскільки всі ризики, які були притаманні ритейлерам на етапі розподілу, стають його ризиками.

Транзитна система доставки включає склади. Однак функція складів тут зорієнтована не на зберігання товарів, а на перерозподілі товарного потоку від виробника до різних роздрібних торгових точок. Товар на складі перебуває мінімально можливою кількістю часу. Однак система є ефективною лише в умовах великих систем дистрибуції, в яких задіяно багато видів транспорту і, в ідеалі – декілька виробників. У цьому випадку на складах машина буде перезавантажуватися різними категоріями товарів і слідувати до роздрібного торговця з широким асортиментом. Для мінімізації складських запасів необхідні точні прогнози продаж, в іншому випадку товарні запаси будуть складуватися або в роздрібного торговця, або на транзитних складах.

При наявності торгової мережі може застосовуватися ще одна логістична система розподілу – горизонтальна логістична система або система просування товарів від магазину до магазину. Вона буде мати місце у тих випадках, коли в одній із точок роздрібною торгівлі закінчився певний товар у той час як в іншій він є в надлишку. Така система притаманна не лише великим збутовим мережам, але й мережам традиційних магазинів. Українські торговці називають цей процес внутрішнім обміном або внутрішньою поставкою. Обсяги таких перевезень незначні, проте витрати на перевезення зростають. Однак перевагою є зменшення ризиків прострочення терміну придатності до споживання товарів та збільшення оперативності поступлення товарів у роздрібну торгівлю.

Організаційні форми такої логістичної інтеграції можуть бути різними. По-перше, на невеликих підприємствах обов'язки керівника логістичної служби може виконувати генеральний директор. По-друге, деякі компанії створюють постійно діючі комітети по логістиці, до складу яких входять менеджери, які відповідають за проведення окремих операцій, пов'язаних з просуванням товару. Такі комітети найчастіше виконують функції координації і розробляють заходи по підвищенню загальної ефективності логістичної системи підприємства. По-третє, найбільш дієвим варіантом є встановлення посади менеджера, директора або віце-президента з логістики, який відповідає за постачання, склади, збут, маркетинг. По-четверте, на багатьох підприємствах створюються лише дослідницькі групи по логістиці, метою яких є підготовка рекомендацій для керівництва фірм[3].

Вертикальна кооперація забезпечує тісні взаємозв'язки дій партнерів у сфері каналів збуту. Таке співробітництво дозволяє зменшити обсяги складування товарів, забезпечує поступлення потрібних товарів у необхідній кількості в потрібне місце і час, що дає партне-

рам можливість значно знизити витрати і отримати конкурентну перевагу на ринку.

Для вертикально інтегрованих систем характерним є те, що вони контролюють процеси постачання, виробництва і збуту від початку до кінця, тобто є повністю самостійними. Перевагами є централізоване управління виробництвом і збутом, у результаті якого підприємство продукує те, що швидко продається. У результаті існує економія на складуванні та оперативне реагування на потреби дистрибуційної мережі.

Визначну роль при впровадженні збутової логістики на підприємстві відіграє час, необхідний для перевезення вантажів.

Логістичні системи починали втілюватися спершу на виробництві, а лише потім стали використовуватися і в управлінні збутовою діяльністю.

Спеціалізовані логістичні компанії можуть дуже швидко виявляти і вирішувати логістичні проблеми підприємств і зекономити час та значні ресурси. Це дозволяє підприємствам полегшити маневрування всіма видами власних ресурсів. Відбувається економія на складуванні та транспортуванні, вивільняються кошти, які можна трансформувати в оборотні активи. Крім цього, підприємство концентрується на основному виді діяльності, не відволікаючись на вирішення проблем, пов'язаних із перевезенням і утриманням запасів.

Висновки. Управління каналами розподілу, на нашу думку, повинно складатися із формування каналів розподілу, управління товарними запасами на всіх рівнях розподілу та створення й управління збутовою логістикою. Можливими ланками каналів розподілу є філії, філіали, дистриб'ютори, дилери, гуртові торговці, роздрібна торгівля. Підприємства можуть співпрацювати як з усіма із згаданих ланок, так і з окремими (наприклад – філіями або роздрібною торгівлею). Ефективність такої взаємодії можна забезпечити при використанні логістичних принципів управління збутовою діяльністю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Богач А. Г. Місце обліку логістичних витрат в обліковій політиці підприємства // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Вип. 4. – 2004. – С. 148–155.
2. Кальченко А. Г. Логістика: Навчальний посібник. – К.: КНЕУ, 2002. – 148 с.
3. Ларина Р.Р., Трушкина Н.В. Разработка модели оптимизации логистической сбытовой системы // Менеджер – 2002. – №6. – С.123-126;
4. Смирнов И. Три способа доставки // Новый маркетинг. – 2003. – №8. – С.64-68;
5. Сучасні тенденції розвитку каналів розподілу // Маркетинг в Україні. – 2000. – №2. – С.42-43;