

Ю. Д. Кубай
магістр спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування»
О. В. Бойко
к.е.н., доцент кафедри менеджменту і маркетингу
Луцький національний технічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ РІШЕНЬ В УПРАВЛІННІ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ — ВИРОБНИКІВ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ

Анотація. У статті досліджено теоретичні аспекти збутової логістики. Визначено стратегічно важливі рішення у збутовій логістиці та основні економічні ефекти, що характеризують ефективність управління збутовою діяльністю підприємств — виробників будівельних матеріалів. Обґрунтовано основні напрями логістичної стратегії збуту, а також можливості проектування логістичних рішень у збуті будівельних матеріалів.

Ключові слова: промисловість будівельних матеріалів, логістичні рішення, збут, логістика, управління збутовою діяльністю, логістична стратегія.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЙ — ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ

USING OF LOGISTICS SOLUTIONS IN MANAGEMENT OF SALES ACTIVITY OF BUILDING MATERIALS' COMPANY

Анотация. В статье исследованы теоретические аспекты сбытовой логистики. Определены стратегически важные решения в сбытовой логистике и основные экономические эффекты, характеризующие эффективность управления сбытовой деятельностью предприятий — производителей строительных материалов. Обоснованы основные направления логистической стратегии сбыта, а также возможности проектирования логистических решений в сбыте строительных материалов.

Ключевые слова: промышленность строительных материалов, логистические решения, сбыт, логистика, управление сбытовой деятельностью, логистическая стратегия.

Abstract. The theoretical aspects of marketing logistics are investigated in the article. Strategically important decisions in the sales and logistics major economic effects that characterize the performance of management sales activity of enterprises producing construction materials are defined. The main directions sourcing marketing and design capabilities of logistics solutions in sales of building materials are justified.

Keywords: construction materials, logistics solutions, marketing, logistics, management of sales activity, logistics strategy.

Вступ. У сучасних умовах господарювання важливу роль у соціально-економічному розвитку країни відіграє промисловість будівельних матеріалів, забезпечуючи будівництво необхідними матеріалами і конструкціями та сприяючи технічному переоснащенню господарського комплексу країни. Але внаслідок негативного прояву світової фінансово-економічної кризи, будівельний комплекс в цілому і промисловість будівельних матеріалів зокрема протягом 2009—2012 рр. демонстрували тенденцію до скорочення показників діяльності і зростання збитковості. Така ситуація була зумовлена скороченням фінансування і практичним припиненням кредитування фізичних осіб, зростанням собівартості будівництва на тлі падіння попиту на житло тощо [1, с. 84]. За цих обставин пріоритетним завданням є відновлення показників діяльності промисловості будівельних матеріалів на докризовому рівні шляхом підвищення конкурентоспроможності та забезпечення ефективного товаропросування продукції на основі використання логістичних рішень у збуті, що дозволить підприємству оперативно й адекватно реагувати на зміни і виклики у зовнішньому середовищі.

Дослідженню проблем збутової логістики підприємств присвячено чимало наукових праць таких зарубіжних і вітчизняних дослідників, як Б. Анікін, Д. Бауерсокс, Дж. Болт, О.

Гаджинський, О. Гірна, М. Едоус, А. Кальченко, Є. Крикавський, М. Окландер, М. Мескон, Л. Мороз, Ю. Неруш, О. Хромов, А. Чудаков, Н. Чухрай та інших. Водночас значне коло питань, які стосуються використання логістичного підходу в процесі управління збутовою діяльністю підприємств, що виготовляють будівельні матеріали, залишаються дослідженими недостатньо.

Постановка завдання. Метою даної статті є обґрунтування необхідності використання логістичних рішень в управлінні збутовою діяльністю підприємств — виробників будівельних матеріалів і визначення конкурентних переваг, які може створювати для підприємства ефективне застосування збутової логістики. Для вирішення поставлених завдань під час дослідження застосовано методи логічного узагальнення, спостереження, порівняння, аналізу та синтезу, екстраполяції та абстрагування.

Результати. Забезпечення сталого розвитку підприємств — виробників будівельних матеріалів потребує вирішення важливого завдання з підвищення ефективності управління збутовою діяльністю, що може бути забезпечено на підставі використання сучасних логістичних підходів, спрямованих на доведення будівельних матеріалів до споживачів в обумовлений термін із мінімальними витратами, і на підставі цього — максимальне задоволення попиту і підвищення прибутковості діяльності [2]. На даний час у будівельному комплексі створені всі умови, необхідні для переходу від стихійних логістичних зв'язків до цілеспрямованого формування ланцюгів постачань будівельних матеріалів.

На думку С. В. Мочерного [3, с. 467], ідеальний варіант функціонування логістики підприємства, що унеможливорює конфлікт цілей між функціональними галузями заготівлі, виробництва, розподілу, транспортування, складування тощо, може існувати лише за умов наскрізної «рівності єдностей», яка передбачає: величина партій закупівлі = оптимальній партії у виробництві = оптимальній партії готової продукції, що гарантує достатність запасів = замовленій поставці споживачам = оптимальній партії транспортування до споживачів.

Стратегічно важливі рішення у збутовій логістиці підприємств — виробників будівельних матеріалів повинні стосуватися таких дистрибуційних рішень, як клієнт (рівень обслуговування), продукт (співвідношення «витрати — результат», «попит — пропозиція»), інтеграція (синергійний ефект логістичної системи). Інтегрована оптимізація стану та динаміки чинників системи дистрибуції уможливорює раціоналізацію матеріальних, інформаційних і фінансових потоків у певній локалізованій системі, забезпечуючи оптимальне співвідношення витрат збуту і рівня обслуговування клієнта.

Для того щоб потенціал логістики як стратегічний чинник успіху можна було використовувати, потрібне зведення обох концепцій в одну узагальнену конкурентно-стратегічну концепцію. У ній сервіс постачань, як вихід логістики, посідає рівноправне місце разом із рештою інструментів маркетингу. Під час визначення власної позиції в конкуренції логістика стає невід'ємною складовою концепції конкуренції [4, с. 289]. При цьому до основних складових підвищення конкурентоспроможності підприємств, що виготовляють будівельні матеріали, завдяки використанню збутової логістики слід віднести:

- 1) раціоналізацію забезпечувальних витрат (транспортно-складських і трансакційних);
- 2) скорочення часу проходження товарів по логістичному ланцюгу;
- 3) автоматизацію логістичних операцій.

Варто зазначити, що використання збутової логістики як функції управління економічними потоками (товари, інформація, документація) допомагає раціоналізувати й оптимізувати управління на всіх фазах виробничого процесу. В сфері забезпечення збутового процесу логістика спрямовує зусилля на створення ефективних каналів розподілу, тим самим забезпечуючи мінімальний рівень грошових витрат і затрат часу на збут та максимальний прибуток, причому задається мета мінімізації ризику.

Серед основних завдань збутової логістики підприємств на ринку будівельних матеріалів необхідно виокремити такі:

- максимізацію прибутку підприємства за більш повного задоволення попиту споживачів;
- ефективне використання виробничого апарату підприємства за рахунок оптимального завантаження виробничих потужностей замовленнями;
- раціональну поведінку на ринку з урахуванням його постійно змінної кон'юнктури.

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

Таблиця 1

**ОСНОВНІ ЕКОНОМІЧНІ ЕФЕКТИ, ЩО ХАРАКТЕРИЗУЮТЬ ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ
ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ — ВИРОБНИКІВ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ
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

Логістика збуту будівельних матеріалів охоплює широкий спектр дій — від пошуку і залучення нових покупців до доставки товару клієнтам; включає у взаємодії з маркетингом: ціноутворення, визначення рівня сервісу, мерчандайзинг, стимулювання збуту; самостійно через логістику закупівель — зв'язок із виробником і/або посередником, доставку, рециклінг.

Метою використання збутової логістики підприємствами — виробниками будівельних матеріалів є доставка товарної продукції та своєчасне отримання доходу у вигляді виручки, а здійснення залежить від впливу контрольованих і неконтрольованих факторів, що зумовлюють високий рівень ризику і невизначеності ринку. Збутова діяльність є складним процесом, який включає не лише заходи з формування найкращих каналів розподілу і торгівлі, а й увесь комплекс дій, який забезпечує підвищення ефективності продажу. Збутова логістика з позиції системного підходу притаманна не лише виробникам, а й різним ланкам каналів розподілу та їхній налагодженій роботі.

Розглядаючи збутову діяльність підприємств — виробників будівельних матеріалів, потрібно врахувати ряд таких факторів: коливання попиту у різні пори року; низька цінова еластичність попиту; перевага прямого збуту над непрямим; віддаленість місць видобування сировини; вузький і порівняно стандартизований асортимент продукції; невеликий спектр виробників. Першочергове завдання підприємств на ринку будівельних матеріалів полягає в удосконаленні концепції збутової логістики як складного і комплексного процесу, під час якого готова продукція проходить всі стадії виробничих операцій і супроводжується виконанням комплексу операцій: транспортування, складування, обслуговування продаж, а також реалізації її кінцевому споживачу [6, с. 43].

Відомо, що обсяги виробництва і реалізації продукції є взаємозалежними. В умовах обмежених виробничих можливостей і необмеженого попиту на перше місце висувається обсяг виробництва продукції. В умовах поступового насичення ринку і посилення конкуренції не завжди виробництво визначає обсяг продажу, а навпаки, можливий обсяг продажу є основою для розроблення виробничої програми.

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 більш абстрактними 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 нових видів продукції;
- 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.

Використання логістичних рішень у сфері збутової діяльності підприємств — виробників будівельних матеріалів з огляду на маркетингову концепцію їх діяльності є надзвичайно ва-

жливою проблемою у контексті кінцевої фази формування витратних і часових характеристик виконання замовлень споживачів. Оскільки логістика збуту охоплює комплексне планування, керування і фізичне опрацювання готових виробів у межах від моменту здачі-приймання товарів із виробництва до поставки замовнику, то оптимізація збутової діяльності має на меті мінімізацію витрат як у межах, так і поза межами логістичної системи за умови функціонування збуту у повній відповідності до замовлень клієнтів. Змінними параметрами у процесі оптимізації є витрати на складування готових виробів, їх пакування, навантажування-розвантажування і транспортування, витрати вичерпання запасів, витрати замороження капіталу тощо.

Таким чином, використання принципів збутової логістики підприємствами на ринку будівельних матеріалів ґрунтується на встановленні компромісу між ефективністю виробництва і рівнем виконання замовлень споживачів [8, с. 163-164]. З погляду споживача до сфери збуту підприємства ставляться вимоги, аналогічні вимогам сфери постачання до постачальників, тобто враховуються не тільки цінові й часові фактори, але й довготривалість, перспективність і надійність партнерських зв'язків, висока прогнозованість кількісних характеристик, платоспроможність споживачів, спрямування до зменшення кількості споживачів, насамперед анонімних.

Базовим пунктом проектування логістичних рішень ву збуті будівельних матеріалів повинен бути взаємозв'язок із такими проектними рішеннями у виробничій сфері щодо логістичного виробничого планування, як формування кількості і величини партій інтегрованого річного замовлення. При цьому повинні враховуватися обмеження потужності збутової галузі (пакування, складування, зберігання тощо).

Висновки. Підсумовуючи викладений у статті матеріал, зазначимо, що застосування логістичного підходу в управлінні збутовою діяльністю підприємств — виробників будівельних матеріалів 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. Використання логістичних рішень у збуті дозволяє забезпечити максимальну і оперативну адаптацію підприємств до змін ринкової кон'юнктури за допомогою створення комплексної інтегрованої системи транспортних, ресурсних та інформаційних факторів, що забезпечують максимально досягнути якість постачань продукції для споживача.

Список використаних джерел

1. Біловодська О.А. Логістичні витрати підприємств виробництва будівельних матеріалів / Біловодська О.А. // Вісник Української академії банківської справи. — 2012. — № 2 (33). — С. 84–88.
2. Черчата А.О. Логістика як інструмент раціональної організації бізнес-процесів будівельного підприємства [Електронний ресурс] / Черчата А.О., Матвеева Є.С. — Режим доступу : http://www.confcontact.com/20110531/ek4_cherchata.htm
3. Економічна енциклопедія : у 3-х т. Т. 2 / [редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін.] — К. : Видавн центр «Академія», 2001. — 848 с.
4. Чудаков А.Д. Логистика : учебник / А. Д. Чудаков. — М. : РДЛ, 2001. — 356 с.
5. Харрисон А. Управление логистикой: разработка стратегий логистических операций / А. Харрисон. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. — 368 с.
6. Окландер М.А. Маркетингові дослідження збутової функції логістичних систем підприємства / Окландер М.А., Яшкіна О.І. // Логістика: теорія і практика. — 2012. — № 2(3). — С. 43–50.
7. Николайчук В.Е. Логистика : учебник / Николайчук В.Е. — СПб. : Питер, 2001. — 160 с.
8. Крикавський Є.В. Від планування логістики до логістичного планування / Крикавський Є.В., Петецький І. // Вісник ХНУ «Економічні науки». — 2009. — №5. — С. 160–165.

08.05.2014