

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ЛОГІСТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. Розглянуто та досліджено принципи логістичного моделювання збуту, визначено необхідність оптимізації збутової діяльності підприємства.

Аннотация. Рассмотрены и исследованы принципы логистического моделирования сбыта, определена необходимость оптимизации сбытовой деятельности предприятия.

Annotation. In this article the principles of logistics modeling marketing are discussed and studied, a necessity of sales activities optimization is defined.

Ключові слова: збутова діяльність, принципи збутового процесу, мета збуту, логістична модель збуту.

Сучасний стан економіки України вимагає реформування виробничих відносин на основі проведення принципово нової економічної політики, що ґрунтується на ринкових засадах.

Робота підприємства в ринкових умовах господарювання зумовлює об'єктивну необхідність оптимізації діяльності збуту, тобто максимальної реалізації виробленої продукції. У зв'язку з цим потрібна переорієнтація роботи збуту та приведення її у відповідність до вимог ринкової економіки, орієнтованої на споживача.

Постає завдання визначити найкращу збутову модель для сучасних умов. Адаже з кожним днем стає все очевиднішим той факт, що у ситуації, коли доводиться боротися за кожного споживача, збутові моделі, побудовані на традиційних принципах, є малоефективними.

Саме тому багато керівників та менеджерів сучасних вітчизняних підприємств в усіх галузях економіки у своїх пошуках, ще донедавна нетрадиційних для нашої практики, але звичних для зарубіжних підприємств – логістичних методів управління збутом.

Дослідженням даної проблеми раніше займалися і такі автори, як М. Гордон, В. Липчук, В. Власова, Д. Костоглодов, Л. Нарисова, А. Семененко, А. Гаджинський та ін.

Метою дослідження є визначення основних принципів логістичного забезпечення збутової діяльності логістики та їх характеристика.

Дослідження теорії і практики як вітчизняної, так і закордонної збутової діяльності показує, що логістичне моделювання збуту забезпечує необхідне підвищення ефективності збутової діяльності при дотриманні певних принципів, що називають принципами логістичного моделювання збуту. Так, зокрема, виділяють такі принципи: системність, цілісність, ієрархічність, функціональність, цілеспрямованість (рисунок).

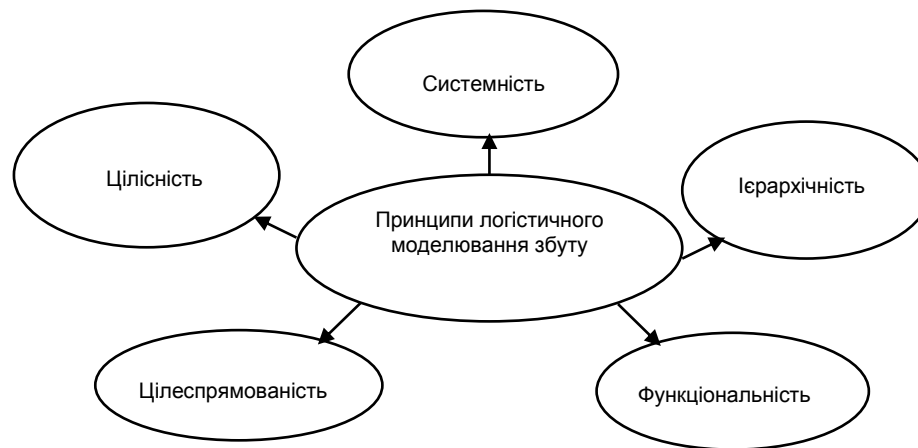


Рис. Принципи логістичного моделювання збуту

Найважливішим принципом, що дозволяє змоделювати складний за своєю економічною природою процес збуту, є принцип системності.

Система збуту – це не довільне об'єднання елементів, а сполучення взаємозалежних і взаємообумовлених частин цілого. Відповідно до цього принципу будь-яка логістична модель збуту повинна включати в себе сукупність елементів, орієнтованих на досягнення загальносистемної мети.

Принцип цілісності припускає наявність властивостей, яких не має в жодного зі складових її елементів. Наприклад, ні склад, ні транспортний цех, ні цех упакування, ні відділ збуту окремо не в змозі здійснити завершений процес збуту, тобто задовольнити платоспроможний попит покупців при максимізації доходів фірми. Іншими

Рівність статусів всіх елементів системи не забезпечує її цілісності. Необхідна наперед визначена ієрархія елементів у системі, що досягається на основі принципу ієрархічності. Цей принцип дає можливість здійснити багаторівневу організацію системи збуту, зняти можливі протиріччя і конфлікти в розподілі повноважень між елементами. Послідовна реалізація цього принципу припускає, що в рамках встановленої компетенції кожна підсистема є досить самостійною у визначенні способів і засобів вирішення поставлених перед нею завдань.

Принцип функціональності обумовлює існування в системі збуту і в кожного з її елементів функціонального призначення. Саме розподіл функцій визначає організаційну структуру служби збуту, а не навпаки. Діючи іншим чином, можна зіштовхнутися з проблемою невиконання чи неякісного виконання збутових функцій, що в кінцевому рахунку несприятливо позначається на результатах роботи фірми. Інакше кажучи, у логістичному моделюванні збуту не структурним підрозділам служби збуту підбирають функції, а під певну сукупність функцій створюють (моделюють) структурні підрозділи.

Принцип цілеспрямованості означає, що як процес моделювання, так і процес функціонування логістичних моделей збуту мають бути підпорядковані наперед визначеній меті. Очевидно, що даний принцип є надзвичайно важливим для побудови ефективної моделі збуту, тому що саме від нього залежатиме, наскільки правильно керівництво та відділ збуту визначають основну мету фірми [1].

Логістичні моделі збуту, побудовані на даних принципах, забезпечують необхідну якість і ефективність збутової діяльності фірми.

Отже, збутова діяльність підприємства спрямована на підвищення ефективності фірми, тому у сфері збуту остаточно виявляються всі зусилля маркетингу з підвищення прибутковості. Пристосовуючи збутову мережу під споживача, підприємство має більше шансів вистояти в конкурентній боротьбі. Саме в даній сфері підприємець знаходиться ближче до покупця.

Збут товару є ланцюжком, що пов'язує підприємство-виробника із споживачем через проміжні ланки: торгових посередників, ініціаторів покупки.

Організація збутової мережі залежить від каналів реалізації, від об'ємів діяльності торгових посередників, типу товару.

Існують різні моделі підвищення ефективності збутової діяльності. Вибір тих або інших засобів залежить від поставленої мети. Їх можна об'єднати в три великі групи:

- пропозиція ціни (продаж за пониженими цінами, пільгові купони, талони, що дають право на знижку);
- пропозиція в натуральній формі (премія, зразок товару);
- активна пропозиція (конкурси покупців, гра, лотерея) [2].

Оскільки головною метою будь-якого підприємства є отримання максимального прибутку, то збутовій діяльності потрібно приділяти якомога більше уваги. Тому однією з пріоритетних складових господарської діяльності підприємства є опрацювання збутової політики, спроможної забезпечити просування продукції в умовах невизначеності, загострення конкурентної боротьби.

Наук. керівн. Сисоєв В. В.

Література: 1. Гаджинский А. М. Логистика : учебник для высших и средних специальных учебных заведений / А. М. Гаджинский. – 2-е изд. – М. : Информационно-внедренческий центр "Маркетинг", 1999. – 228 с. 2. Липчук В. В. Маркетинг: основы теории и практики / В. В. Липчук. – Львів : "Новий світ – 2000", 2003. – 288 с. 3. Гордон М. Л. Логистика товародвижения / М. П. Гордон, С. В. Карнаухова. – М. : Центр экономики и маркетинга, 2008.