

УДК 338.4

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ КАНАЛАМИ РОЗПОДІЛУ ПРОДУКЦІЇ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Грянко Т.Г.

Національний університет харчових технологій

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2018-12-64-64>

В даній статті досліджено значення логістики у системі ефективного управління підприємством, канали розподілу продукції. Розглянуто підходи до визначення функцій логістики, визначено її роль та значення у діяльності сучасних підприємств (на прикладі підприємства ПАТ «Фірма Полтавпиво»). Найважливішим інструментом в поліпшенні роботи підприємством виступає логістика. Логістика допомагає ефективно організувати функціонування системи розподілу продукції. Особливе значення має побудова ефективних каналів розподілу в ланцюгах поставок продовольчих товарів.

Ключові слова: логістика, логістичні процеси, розподільча логістика, канали розподілу, логістична діяльність.

Постановка проблеми. Розвиток українських економічних реформ ставить серйозні завдання перед сучасними підприємствами. Тривалий час виникнення і становлення вітчизняних підприємств відбувалося в умовах наявності дефіциту на певні види товарів та послуг, недосконалої правової бази, а також слабкого контролю з боку державних органів. Відкриття державних кордонів посприяло загостренню конкуренції не тільки з вітчизняними товарами, але і з імпортними, які виявилися досить якісні і дешеві.

Покупець має змогу обирати необхідні йому товари або послуги серед аналогічних на ринку і придбає такі з них, які найбільшою мірою задовольняють його потреби. При цьому посилюється увага до наявності системи логістичного обслуговування замовлень споживачів і, відповідно, рівня якості обслуговування, що надається.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам ефективного управління логістичними процесами на сучасних підприємствах присвячено праці таких фахівців як Бойко Є.О., Васюк І.В., Войчак А.В., Герасимчук В.Г., Германчук О.М., Єторов О.Ю., Старостіна А.О. та багатьох інших. Їх дослідження охоплюють ряд питань ефективної логістичної діяльності, проте низка проблем залишається не до кінця вирішеною.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. В даний час більшість підприємств, як в Україні, так і за кордоном, починаючи від великих виробничих компаній і закінчуючи приватними підприємствами, при веденні виробничої і збутової діяльності стикаються з проблемою побудови ефективної структури каналів розподілу готової продукції. При безграмотному вирішенні даного завдання виникають ситуації, які негативно впливають на розподільчу діяльність підприємства і ефективність функціонування ланцюга поставок в цілому.

Мета статті. Дослідження питань підвищення конкурентоздатності сучасних підприємств за допомогою управління логістичними каналами розподілу продукції.

Виклад основного матеріалу. В наші дні питання формування каналів розподілу відіграють ключову роль в логістиці розподілу для більшості сучасних компаній. Рішення, прийняті при побудові каналів розподілу, впливають на постановку всіх завдань, з якими стикається управлінський персонал. Вони визначають, як цільові споживачі

отримують доступ до продукції або послуг компанії і чи є система каналу розподілу ефективною для даної організації з точки зору витрат на неї.

Логістика розподілу є частиною збутової діяльності промислового підприємства і пов'язана з оперативним управлінням потоковими процесами реалізації готової продукції. При цьому збутова діяльність розглядається в широкому сенсі, як тактико-оперативний рівень розподілу на відміну від вузького розуміння збуту, як простого акту купівлі-продажу товару [3, с. 34].

Основна роль каналів розподілу реалізується в діяльності виробників товарів і торговельних посередників, і це відображується різномірних функціях.

До функцій каналів розподілу відносять:

- стимулювання збуту;
- фінансування товароруку;
- збір інформації;
- прийняття ризиків;
- сервіс;
- продаж товарів;
- зберігання, транспортування товарів [3, с. 42].

Для формування стійкої конкурентоспроможності у задоволенні потреб клієнтів і споживачів, підприємствам-виробникам необхідно досконально вивчати ці потреби, виявляти окремі елементи, з яких складається цінність ринкової пропозиції, аналізувати механізм формування каналів розподілу. Виробник, будучи генеруючою ланкою логістичного ланцюга розподілу, повинен оцінювати внесок кожної ланки каналу (великого оптовика, дилера, роздрібного торговця тощо) як для підприємства, так і для кінцевого споживача.

Український ринок пива містить велику кількість конкурентів, як міжнародних підприємств, так і вітчизняних. Основними масштабними компаніями України є «САН ІнБев Україна», «Карлсберг Україна» та ПрАТ «Оболонь». Проте на ринку українського пивоваріння є менші за масштабом пивзаводи, такі як: ПАТ «Фірма «Полтавпиво», ТОВ «Бердичівський пивзавод», ТОВ «Рівень ЛТД» та багато інших.

ПАТ «Фірма «Полтавпиво» – український завод по виробництву пива та безалкогольних напоїв. Головне підприємство компанії знаходиться в Полтаві. Асортимент продукції ПАТ «Фірма «Полтавпиво» налічує близько 100 найменувань. Підприємство не тільки виробляє пиво та безалкогольні напої, але й займається купівлею до-

поміжних продуктів, тобто є дилером в ланцюзі постачань продовольчих товарів.

Вся логістична діяльність компанії становить певну логістичну систему. Логістична система – складна економічна система, яка складається з елементів – ланок (підсистем), взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними і супутніми потоками, що визначається внутрішніми і зовнішніми цілями організації бізнесу [3, с. 25]. Мета створення логістичної системи – мінімізувати витрати або зберегти їх на заданому рівні при доставці продукції (послуг, інформації) в потрібне місце, в певній кількості і асортименті, максимально підготовленими до споживання.

В компанії ПАТ «Фірма «Полтавпиво» реалізується макрологістична система. Макрологістична система – це велика система управління матеріальними потоками, що охоплює підприємства і організації промисловості, посередницькі, торгові і транспортні організації, розташовані в різних регіонах країни або в різних країнах [4, с. 44].

На початковому етапі матеріальний потік надходить в логістичну систему, фіксується у вигляді запасів сировини і матеріалів, проходить стадію виробництва, обробляється на складі готової продукції, знову зберігається у вигляді запасу готової продукції і потім переходить з логістичної системи в споживання, в обмін на що надходять у логістичну систему фінансові ресурси. На ПАТ «Фірма «Полтавпиво» використовується логістична система з гнучкими зв'язками, так як розподіл продукції підприємства відбувається як через посередників, так і безпосередньо через мережу власних торгових точок.

При розподілі продукції головну роль в логістичній системі відіграють канали розподілу. У своїй роботі Анікін Б.А. дає наступне визначення каналу розподілу: «логістичний канал розподілу – це сукупність незалежних юридичних або фізичних осіб, що беруть участь в процесі просування товару від виробника до споживача, а також супутній цього руху сервіс. Канали розподілу утворюють розподільчу мережу підприємства» [1, с. 36].

Канали розподілу мають різну побудову. Їх можна охарактеризувати за кількістю складових рівнів. Рівень каналу – це посередник, який виконує роботу по наближенню товару і права власності на нього до кінцевого споживача. Протяжність каналу визначається за кількістю проміжних рівнів між виробником і споживачем, які, як і рівні каналу, є членами каналу розподілу. Кількість рівнів (або ланок) між виробником і споживачем визначає довжину каналу [1, с. 23].

Канали розподілу ПАТ «Фірма «Полтавпиво» складаються з незалежного виробника і одного або декількох незалежних посередників. Кожен член каналу є окремим підприємством, що прагне забезпечити собі максимальний прибуток. Максимально можливий прибуток окремого члена каналу може йти на шкоду максимальному вилученню прибутку системою в цілому, так як жоден з членів каналу не має повного або достатнього контролю над діяльністю решти членів. Такі канали розподілу називаються горизонтальними [2, с. 56].

На основі аналізу показників компанії, вивчені практичного досвіду і внутрішньої документації було встановлено, що при розподілі продукції в ПАТ «Фірма «Полтавпиво» формується певна

проблема – компанія використовує тільки горизонтальні канали розподілу. У зв'язку з підвищенням рівня руху товару в сучасній економіці компаніям доцільно проводити аналіз існуючих горизонтальних каналів розподілу з метою впровадження в структуру розподілу вертикальних каналів.

Вертикальні канали розподілу складаються з виробника і одного або декількох посередників, що діють як одна єдина система. Такі канали є результатом логістичної інтеграції в ланцюзі постачань.

Один з учасників каналу, як правило, або є власником інших компаній-учасниць, або надає їм певні привілеї. Також в горизонтальних каналах не завжди забезпечується узгодження інтересів учасників каналу. До того ж відсутність меж відповідальності учасників каналу розподілу призводить до відносин, що будуються на основі примусу і винагороди. У той же час західні виробники використовують партнерські відносини між учасниками каналу збуту. Їх канали збуту орієнтовані на боротьбу з конкурентами, а не між учасниками каналу.

Дана система використання як горизонтальних, так і вертикальних каналів розподілу дозволить ПАТ «Фірма «Полтавпиво» отримати наступні вигоди:

- посилити економічні і ринкові важелі без додаткових інвестицій;
- скоротити фінансові ризики;
- розширити масштаби діяльності на регіональних і міжнародних ринках;
- отримати можливість використання нових технологій або виробничих потужностей;
- реалізувати складні бізнес-проекти;
- забезпечити конкурентні переваги в регіонах і сфері діяльності в цілому.

Актуальним питанням є контроль діяльності дилерів і оцінка ефективності їх роботи. Комплексна оцінка ефективності роботи дилерів передбачає створення по ним інформаційної бази даних і відстеження таких показників, як динаміка продажів кожного дилера, зміна клієнтської бази, інформація про розмір торгової націнки, знижки, що надаються дилерами, рівень сервісних послуг, проведення єдиного мерчандайзингу, можливість використання рекламних носіїв, участь в маркетингових програмах підприємства.

Концентрація уваги на найважливіших для підприємства проміжних клієнтах трирівневого логістичного ланцюга, значно збільшить ефективність управління каналами розподілу.

Висновки і пропозиції. Канали розподілу покликані перетворити готову продукцію промислового підприємства в товар, що задовольняє потреби покупців не тільки за своїми якісними характеристиками, але і за місцем, часом продажу, умовами обслуговування. Оптимальний вибір типів каналів збуту і їх кількості дозволяє найбільш ефективно досягати стратегічних та оперативних цілей логістики та комерції підприємства. Це є найважливішою функцією розподільчої логістики.

З метою підвищення ефективності управління каналами розподілу продукції підприємств ПАТ «Фірма «Полтавпиво» можна порекомендувати формування трирівневих каналів розподілу в міській дистрибуції шляхом передачі частини неперспективних роздрібних торгових точок, що забезпечують невисокі обсяги продажів і прибутку дилерам.

Список літератури:

1. Анікін Б.А. Практикум з логістики: навч. посібник / Б.А. Анікін. – М.: ИНФРА-М, 2011. – 326 с.
2. Ніс В.А., Казімова Л.П. Організація міжфункціонального логістичного менеджменту в каналах розподілу харчової продукції / Вісник ЮУрГУ, № 22, 2012. – С. 176-181.
3. Розіна Т.М. Розподільна логістика: навч. посібник / Т.М. Розіна. – Мінськ: Вища школа, 2012. – 319 с.
4. Гаджинский А.М. Логістика: підручник для вищих навчальних закладів за напрямом підготовки «Економіка» / А.М. Гаджинский. – М.: Дашков і Ко, 2011. – 650 с.
5. Заруднев Д.І., Акімова О.А. Застосування логістики в практиці роботи роздрібною мережі. Орієнтовані фундаментальні і прикладні дослідження – основа модернізації та інноваційного розвитку архітектурно-будівельного і дорожньо-транспортного комплексів Росії: матеріали Міжнародної 66-й науково-технічної конференції ФГБОУ ВПО «СибАДИ» (з міжнародною участю). – Омськ: СибАДИ, 2012. Кн. 2. – С. 309-312.

Грянко Т.Г.

Национальный университет пищевых технологий

УПРАВЛЕНИЕ ЛОГИСТИЧЕСКИМИ КАНАЛАМИ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ПРОДУКЦИИ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ**Аннотация**

В данной статье исследовано значение логистики в системе эффективного управления предприятием, каналы распределения продукции. Рассмотрены подходы к определению функций логистики, определены ее роль и значение в деятельности современных предприятий (на примере ПАО «Фирма Полтавпиво»). Важным инструментом в улучшении работы предприятием выступает логистика. Логистика помогает эффективно организовывать функционирование системы распределения продукции. Особое значение имеет построение эффективных каналов распределения в цепи поставок продовольственных товаров.

Ключевые слова: логистика, логистические процессы, распределительная логистика, каналы распределения, логистическая деятельность.

Hryanko T.G.

National University of Food Technology

LOGISTICS DISTRIBUTION CHANNEL MANAGEMENT AT MODERN ENTERPRISES**Summary**

In this article the significance of logistics in the system of effective enterprise management, distribution channels, role and significance in the activity of modern enterprises were determined (for example, the enterprise "PJSC Poltavpilo"). The most important tool in improving the company's operations is logistics. Logistics helps efficient operation of the customer service system. Of particular importance is the construction of efficient distribution channels in supply chains. This is due to the significant volumes of sales of such products, small terms of sales of goods and their social significance.

Keywords: logistics, logistics processes, distribution logistics, distribution channels, logistics activities.