

providing preferences to agricultural producers for the production of livestock products and their processing.

Key words: *single (flat) tax (fourth) group, production specialization, Tax Code of Ukraine, profitability, minimization of tax liabilities, simplified taxation.*

УДК 658.8:65.01

DOI 10.31395/2415-8240-2021-99-2-143-150

ЛОГІСТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Т. В. ЧЕРНИЧКО, *доктор економічних наук*

Мукачівський державний університет

В. І. РИБЧАК, *кандидат економічних наук*

Уманський національний університет садівництва

С. Ф. ЧЕРНИЧКО, *кандидат економічних наук*

Ужгородський торговельно-економічний інститут КНТЕУ

У статті окреслено особливості логістичних підходів до збутової діяльності підприємства з позиції організації потових процесів. Використання потокової організації збутової діяльності підприємства ґрунтується на формуванні логістичного ланцюгу та єдиної інтегрованої системи потоків – сукупності поєднаних за певною ознакою об'єктів, що рухається в просторі та часі та адаптовані до кількісних та якісних перетворень відповідно до дії на них суб'єкта управління логістичною системою. Обґрунтовано принципи та критерії оцінювання інноваційності потокової організації збутової діяльності підприємства.

Ключові слова: *збут, збутова діяльність, підприємство, товарні потоки, збутова логістика.*

Конкурентні позиції підприємств на сучасному ринку залежать від їх спроможності забезпечити доступність товарів для споживачів та рівня якості їх збутової діяльності. При розробці стратегій розвитку підприємств, управлінський персонал все частіше згадує про використання логістичних підходів, як чинника впливу на доходи підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній економічній літературі чітко простежуються три основні підходи щодо побудови логістичних схем організації збутової діяльності підприємств.

Перший підхід – функціональний – ґрунтується на представленні логістичної збутової діяльності з позицій двох груп основних функцій: функцій, що пов'язані з організацією руху товарно-матеріальних цінностей до споживача та підтримкою їх у належному стані (фізичний розподіл продукції, вантажно-розвантажувальні роботи, організація складського господарства, збереження,

сортування, упакування, маркування продукції тощо), а також допоміжних функцій (аналіз ринкового середовища, обґрунтування місця розташування виробничих і складських приміщень тощо). Зазначені функції ранжуються за рівнем впливу (стратегічні, тактичні, операційні) та періодом реалізації (довгострокові, середньострокові, короткострокові) [1].

Другий підхід – за фазами перетворення товарного потоку – ґрунтується на виділенні трьох основних фаз перетворення товарного потоку: логістика постачання, виробництва та збуту. Відповідно до зазначеного підходу Крикавський Є. В. визначає логістику збуту як управління переміщенням готових виробів до замовника (покупця) [2, с. 161]. Потрібно зазначити, що фаза збуту пов'язана не тільки з організацією переміщення готових виробів до замовника. Існує ще сукупність зворотних (реверсних) матеріальних потоків (повернення товари й тари, утилізація упаковки тощо). Отже, логістичні підходи до збутової діяльності підприємства за даного підходу дозволяють виділити збутову та реверсивну логістику. Представники третього підходу – потокового – визначають ключовим поняттям логістики та об'єктом досліджень потоки – сукупність (множину) поєднаних за певною ознакою об'єктів, що рухається в просторі та часі та адаптовані до кількісних та якісних перетворень відповідно до дії на нього суб'єкта управління логістичною системою.

Дж. Форрестер ототожнює потоковий підхід з організацією роботи з такими шістьма потоками: замовлення, матеріали, кошти, робочий персонал й устаткування, які поєднані за допомогою інформації [3]. У потік матеріалів включені всі товарні потоки і запаси реальних предметів (товарів), наприклад, сировина, незавершене виробництво, готова продукція. Потік замовлень містить замовлення на товари, потребу у трудових ресурсах, нових виробничих засобах. Потік коштів відображає фактичний рух платежів між грошовими рівнями. Потік робочого персоналу представлено трудовими ресурсами залученими до процесу. Потік устаткування включає виробничі площі, інструмент й устаткування, необхідні для виробництва товарів. Інформація є тим зв'язуючим елементом, що змушує взаємодіяти інші п'ять потоків. А. Родніков визначає матеріальним потоком продукцію і сукупність логістичних операцій, пов'язаних з її переміщенням (транспортування, складування тощо). Характеристиками матеріального потоку автор визначає ритмічність, детермінованість, інтенсивність [4]. Аналіз опублікованих праць з даної проблематики дає підстави говорити про недостатнє наукове розкриття окремих питань щодо виділення та класифікації потокових процесів, а отже потребує подальших узагальнення та систематизації.

Метою статті є розвиток теорії й розробка принципів потокової організації збутової діяльності підприємства.

Методика досліджень. Методологічною базою є комплексне використання онтологічного і гносеологічного підходів, загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання та положень сучасних концепцій логістики.

Результати досліджень. Логістична діяльність підприємства в економічній науковій літературі визначається як сукупність логістичних операцій, які забезпечують рух вхідного, внутрішнього та вихідного товарних потоків, рух потоків тари і пакувальних матеріалів, обладнання та інвентарю, потоку супутніх послуг, а також пов'язаних із ними інформаційних і фінансових потоків. Застосування саме поточкових принципів дозволяють не тільки забезпечити системний підхід до організації збутової діяльності підприємства, а й створює додаткові можливості для оптимізації їх діяльності, підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Для підприємства першочергового значення набуває формування товарного потоку (виробничого за своїм змістом та спрямованістю та дуже специфічного за формою технологічних процесів). Його кількісні та якісні параметри в подальшому визначають характер інфраструктури логістичних процесів, складської, транспортної, інформаційної логістики, управління замовленнями та управління запасами та організаційно-управлінську діяльність із створення та управління логістичною діяльністю підприємства як єдиною системою.

Збутова діяльність підприємства в її логістичному аспекті – це складний процес, що включає всіх сукупність заходів щодо організації просування товару до кінцевого споживача, включаючи і допоміжні послуг (транспортування, складування, зберігання, доробку, просування до оптових і роздрібних торговельних пунктів, передпродажну підготовку тощо). За такого підходу збутова діяльність підприємства (як сукупність заходів щодо збуту продукту) та її ефективність (як максимально можливий економічний ефект від реалізації торговельної угоди на кожному з етапів просування товару) є результатом узгодження інтересів і вимог виробника, посередників та споживачів [5].

Основні принципи поточної організації збутової діяльності підприємства запропоновано у таблиці 1. Застосування логістичних підходів в організації збутової діяльності підприємства включає:

- вивчення потреб ринку (проведення глибоких маркетингових досліджень);
- побудови узгодженої системи взаємопов'язаних логістичних процесів на рівні управління (планування, організація, контроль, регулювання, корегування) та реалізації (схема просторово-часового переміщення товарів);
- аналіз конкурентного середовища та організації збутової діяльності потенційних конкурентів;
- організація руху товарного потоку шляхом застосування інструментів, методів маркетингу, а також пошуку найбільш ефективних каналів і форм розподілу;
- формування системи вхідного товарного потоку шляхом налагодження необхідних зв'язків з постачальниками і посередниками;
- формування ефективної системи транспортно-експедиторського обслуговування з метою найповнішого задоволення потреб споживачів.

Табл. 1. Принципи потокової організації збутової діяльності торговельного підприємства

Принципи	Характеристика принципів
Координованість	Чітка і гнучка координація дій як всередині системи підприємства, так і з зовнішніми контрагентами (постачальниками, посередниками, суб'єктами ринкової інфраструктури тощо)
Керованість	Здатність реагувати на впливи з боку системи управління; можливість контролювати загрози та ризики
Комплексність	Взаємозв'язок планування, управління, організації та аналізу логістичними процесами і потоками
Поліваріантність	Спроможність до швидкого реагування на виклики зовнішнього та внутрішнього середовища. Можливість використання різних варіантів системи, підбору її підсистем та елементів з різними характеристиками, використання різних варіантів поведінки системи чи виконання окремих логістичних процесів
Оперативність	Ґрунтується на своєчасному виконанні функцій кожним елементом організаційної структури
Гнучкість	Здатність змінюватися та пристосовуватися до змін; адаптація до постійно змінюваних вимог ринку та потреб споживача
Технологічність	Застосування прогресивних технологічних рішень на всіх етапах просування товарних потоків у логістичному ланцюгу; використання сучасних технологій в управлінні логістикою
Гуманізація	Орієнтація на застосування безпечних для людини та довколишнього середовища технологій
Ефективність	Досягнення цілей з мінімально можливими для їх досягнення витратами

Сформовано на основі [6]

Інноваційність у моделюванні потокової організації збутової діяльності підприємства проявляється таким чином: мінімум сукупних логістичних витрат; максимум доданої вартості за існуючих витрат; еластичність логістичної системи, тобто швидке пристосування до змін в оточенні; узгодженість ресурсних (вхідних) та інформаційних потоків; загальне управління якістю (табл. 2). За умови застосування логістичних підходів, можна визначити два напрями організації збутової діяльності: перший – скерований на редукацію сукупних витрат за існуючого рівня логістичного обслуговування (офенсивний напрям); другий – скерований на поліпшення рівня логістичного обслуговування (дефенсивний напрям) [7, с. 700].

Застосування певного з напрямів залежить від потенційних можливостей підприємства та можливості залучення логістичних посередників. Організація збутової діяльності підприємства охоплює діяльність транспортно-експедиторських структур, різноманітних складів та термінальних комплексів, вантажопереробників, підприємств, що займаються сортуванням, затарюванням та упаковкою товарів тощо. Окрім перелічених заходів, спрямованих на організацію товарного потоку, здійснюються організаційні заходи щодо надання фінансового та інформаційного сервісу, страхування, стандартизації, ліцензування та сертифікації товарів.

Табл. 2. Критерії оцінювання інноваційності потокової організації збутової діяльності торговельного підприємства

Критерій	Характеристика критерію
Мінімізація логістичних витрат	Врахування всіх витрат, пов'язаних з рухом матеріального (товарного) та супровідних потоків вздовж усього логістичного ланцюга, ліквідація непродуктивних витрат та втрат
Максимізація доданої вартості	Збутова діяльність є продовженням виробничої діяльності, не просто зберігає створену, а й створює додаткову споживчу вартість і вартість товару, тим самим збільшує його загальну вартість
Узгодженість ресурсних (вхідних) та інформаційних потоків	Налагодження гнучких інформаційних зав'язків між підсистемами торговельного підприємства; використання сучасних інформаційних технологій, методів моделювання для інформаційно-комп'ютерної та аналітичної підтримки збутової діяльності; врахування можливостей логістичної інфраструктури
Еластичність логістичної системи	Здатність змінюватися та пристосовуватися до змін; адаптація до постійно змінюваних вимог ринку та потреб споживача
Загальне управління якістю	Забезпечення якості процесів обслуговування проміжних і кінцевих споживачів у поєднанні з гарантіями якості пропонованих товарів та послуг в підприємстві торгівлі шляхом контролю логістичних і виробничих процесів, орієнтація системи на досягнення безумовної надійності та якості функціонування всіх ланок логістичного ланцюга, своєчасного і якісного виконання логістичних функцій та операцій з метою запобігання збоїв у просторово-часовій послідовності виконання потокових процесів

У переважній більшості випадків кожен учасник каналу розподілу є окремим підприємством, яке прагне забезпечити власний максимальний прибуток, що не завжди є вигідним для усіх інших суб'єктів логістичного ланцюга. Виходячи з того, що, як правило, жоден з учасників каналу не має повного або достатнього контролю над діяльністю інших, їх взаємодія будується за принципами теорії компромісів, що надає можливість врахувати інтереси кожного із них.

Висновки. 1. Збутова діяльність підприємства займає провідне місце в системі управління, зокрема має мету, підпорядковану управлінню стратегічним розвитком підприємства, спрямовану на формування системи забезпечення, врахування галузевих особливостей, проблем внутрішнього та зовнішнього характеру. Збутова діяльність підприємства – це комплекс заходів, спрямованих на реалізацію економічного інтересу на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів.

2. Застосування логістичних підходів до організації збутової діяльності підприємства забезпечується на засадах реалізації принципів координованості, керованості, комплексності, поліваріантності, оперативності, гнучкості, технологічності, гуманізації та ефективності. Це забезпечує створення цілісної моделі управління підприємством, створює передумови його економічного розвитку, збільшення обсягів збуту продукції на основі прискорення

матеріальних, інформаційних, ресурсних та інших потоків, оптимізації загальних витрат за заданого рівня обслуговування клієнта, активізації базові чинників конкурентоспроможності товару на ринку.

Література

1. Федотенков Д. Г. Функции логистической деятельности как двигателя рыночной экономики. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-logisticheskoy-deyatelnosti-kakdvigatelya-rynochnoy-ekonomiki>.
2. Крикавський Є. В., Петецьки І., Рикованова І. С. Від планування логістики до логістичного планування. *Вісник Хмельницького національного університету*, 2009, № 5. Т. 3. С. 160–166.
3. Форрестер Дж. *Основы кибернетики предприятия*. М.: Прогресс, 1971. 340 с.
4. Родников А. Н. *Логистика: Терминологический словарь*. М.: Экономика, 1995. 251 с.
5. Сеншин О. С., Харковець Ю. П. Теоретичний аналіз понять «збут» та «збутова діяльність». *Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону*. 2011. С. 132–134. Режим доступу: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/21235/19F.pdf>.
6. Іванова М. І. Принципи як основа наукової методології управління логістикою. *Бізнес Інформ*. 2015. № 11. С. 261–266.
7. Талан М. В. Моделювання логістичних стратегій торговельних підприємств. *Вісн. Ін-ту підприємництва та перспективних технологій при Нац. ун-ті «Львівська політехніка»*. 2008. № 633. С. 696–701.
8. Грант Ст. *Ефективне управління збутом: [пер. з англ.]*. Д.: БалансКлуб, 2002. 192 с.

References

1. Fedotenkov, D. G. Functions of logistics activities as the engine of a market economy. Access mode: <https://cyberleninka.ru/article/n/funksii-logisticheskoy-deyatelnosti-kakdvigatelya-rynochnoy-ekonomiki>.
2. Krykavsky, E. V., Petetsky, I., Rykovanova, I. S. (2009). From logistics planning to logistics planning. *Bulletin of Khmelnytsky National University*, 2009, no. 5, pp. 160–166.
3. Forrester, J. (1971). *Fundamentals of enterprise cybernetics*. M.: Progress, 340 p.
4. Rodnikov, A. N. (1995). *Logistics: Terminological dictionary*. M.: Economics, 251 p.
5. Senshin, O. S., Kharkovets, Y. P. (2011). Theoretical analysis of the concepts of "sales" and "sales activities". *Actual problems of economic and social development of the region*, pp. 132–134. Access mode: <http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/21235/19F.pdf>.
6. Ivanova, M. I. (2015). Principles as the basis of scientific methodology of logistics management. *Business Inform*. 2015, no. 11, pp. 261–266.

7. Talan, M. V. (2008). Modeling of logistics strategies of trade enterprises. *Visn. Inst. Of Entrepreneurship and Advanced Technologies at Nat. Lviv Polytechnic University*, 2008, no. 633, pp. 696–701.

8. Grant, St. (2002). *Effective sales management: [trans. from English]*. D.: BalanceKlub, 2002. 192 p.

Аннотация

Чернычко Т., Рыбчак В., Чернычко С.

Логистические подходы к организации сбытовой деятельности предприятия

Конкурентные позиции предприятий на современном рынке зависят от их возможности обеспечить доступность товаров для потребителей и уровня качества их сбытовой деятельности. В статье определены особенности логистических подходов к сбытовой деятельности предприятия с позиции организации поточных процессов. Целью статьи является развитие теории и разработка принципов поточной организации сбытовой деятельности предприятия. Методологической базой комплексное использование онтологического и гносеологического подходов, общенаучных и специальных методов научного познания, а также положений современных концепций логистики.

Использование потоковой организации сбытовой деятельности предприятия основывается на формировании логистической цепи и единой интегрированной системы потоков – совокупности соединенных по определенному признаку объектов, движущихся в пространстве и времени и адаптированных к количественным и качественным преобразованиям в соответствии с воздействием на них субъекта управления логистической системой. Обоснованы принципы и критерии оценки инновационности поточной организации сбытовой деятельности предприятия. Обосновано, что инновационность в моделировании поточной организации сбытовой деятельности предприятия проявляется следующим образом: минимум совокупных логистических затрат; максимум добавленной стоимости по существующим затратам; эластичность логистической системы, то есть быстрое приспособление к изменениям в окружении; согласованность ресурсных (входных) и информационных потоков; общее управление качеством.

Заключено, что применение логистических подходов к организации сбытовой деятельности предприятия обеспечивает создание целостной модели управления предприятием, создает предпосылки его экономического развития, увеличение объемов сбыта продукции на основе ускорения материальных, информационных, ресурсных и других потоков, оптимизации общих затрат при заданном уровне обслуживания клиента, активизации базовых факторов конкурентоспособности товара на рынке.

Ключевые слова: *сбыт, сбытовая деятельность, предприятие, товарные потоки, сбытовая логистика.*

Annotation

Chernychko T., Rybchak V., Chernychko S.

Logistic approaches to the organization of sales activities of the enterprise

The competitive position of enterprises in today's market depends on their ability to ensure the availability of goods to consumers and the level of quality of their sales activities. The article outlines the peculiarities of logistics approaches to the sales activities of the enterprise from the standpoint of the organization of sweat processes. The purpose of the article is to develop a theory and develop principles of flow organization of sales activities of the enterprise. The methodological basis is the integrated use of ontological and epistemological approaches, general scientific and special methods of scientific knowledge, as well as the provisions of modern concepts of logistics.

The use of the flow organization of sales activities of the enterprise is based on the formation of a logistics chain and a single integrated system of flows – a set of objects connected in a certain way, moving in space and time and adapted to quantitative and qualitative transformations. The principles and criteria for evaluating the innovativeness of the flow organization of sales activities of the enterprise are substantiated. It is substantiated that innovation in modeling the flow organization of sales activities of the enterprise is manifested as follows: a minimum of total logistics costs; maximum value added at existing costs; elasticity of the logistics system, ie rapid adaptation to changes in the environment; consistency of resource (input) and information flows; total quality management.

It is concluded that the application of logistics approaches to the organization of sales activities of the enterprise provides a holistic model of enterprise management, creates prerequisites for its economic development, increase sales based on accelerating material, information, resource and other flows, optimizing overall costs for a given level of customer service. Activation of basic factors of product competitiveness in the market.

Key words: *sales, sales activity, enterprise, commodity flows, sales logistics.*