МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ

Кафедра бізнес - адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності

Кваліфікаційна робота магістра

на тему: «Логістичний підхід у менеджменті товароруху посередницької фірми-імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Виконав : студент 2 курсу, групи 8.0733-зед
спеціальності 073 Менеджмент освітньої програми Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності
Завойкін О. А.
Керівник : доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат наук державного управління, доцент
Петрова К.В.
Рецензент : завідувач кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, доктор наук з державного управління, професор
Бікулов Д. Т.

Запоріжжя – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту
Кафедра бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності
Освітньо-кваліфікаційний рівень магістр
Спеціальність 073 Менеджмент
Освітня програма Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри _____
Д.Т. Бікулов
«____» _____2023 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Завойкін Олександр Андрійович

1. Тема роботи «Логістичний підхід у менеджменті товароруху посередницької фірми-імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс»
керівник роботи: Оргієць О. М., доцент кафедри бізнес-адміністрування і менеджменту зовнішньоекономічної діяльності, кандидат наук державного управління, доцент

затверджені наказом ЗНУ від 21.03.2024 року № 500-с

2. Строк подання студентом роботи 25.11.2024 р.

3. Вихідні дані до роботи навчальні посібники, монографії, періодичні та аналітичні вітчизняні та зарубіжні матеріали, фінансова звітність підприємства, інтернет ресурси

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)
1 СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВОМ
2 ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ ФІРМИ-ІМПОРТЕРА ТОВ «ЕКОЛАЙФ-СЕРВІС»
3 НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ ТОВ «ЕКОЛАЙФ-СЕРВІС» НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

5 таблиць

7 рисунків

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	Петрова К. В.		
2	Петрова К. В.		
3	Петрова К. В.		

7. Дата видачі завдання 18.03.2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Затвердження теми кваліфікаційної роботи у наукового керівника.	21.03.2024	
2.	Затвердження змісту роботи.	01.04.2024	
3.	Огляд літератури за темою кваліфікаційної роботи.	02.04.24-16.04.24	
4.	Розробка чернетки І розділу кваліфікаційної роботи.	17.04.24-01.05.24	
5.	Написання І розділу кваліфікаційної роботи.	02.05.24-01.06.24	
6.	Збір розрахунково-аналітичного матеріалу за темою.	02.06.24-25.07.24	
7.	Розробка чернетки ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	26.07.24-29.08.24	
8.	Написання ІІ розділу кваліфікаційної роботи.	30.08.24-06.09.24	
9.	Розробка чернетки ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	07.09.24-14.09.24	
10.	Написання ІІІ розділу кваліфікаційної роботи.	15.09.24-29.10.24	
11.	Оформлення кваліфікаційної роботи згідно вимог.	30.10.24-02.11.24	
12.	Попередній захист кваліфікаційної роботи.	09.11.2024	
13.	Проходження нормоконтролю.	09.11.24-22.11.24	
14.	Подання кваліфікаційної роботи на кафедру.	25.11.2024	
15.	Захист кваліфікаційної роботи.	грудень 2024	

Студент _____ О. А. Завойкін
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи _____ К.В. Петрова
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т. М. Магомедова
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 64 с., 5 табл., 7 рис., 38 джерел.

Об’єкт дослідження: імпортна діяльність компанії ТОВ «Еколайф - Сервіс», що діє на ринку товарів гігієнічного призначення.

Предмет дослідження: реалізація функції товароруху компанії імпортера – ТОВ «Еколайф -Сервіс».

Методи дослідження: описовий та аналітичний, економіко –математичне моделювання.

Мета роботи: є вдосконалення механізму управління товарорухом для посередницької фірми – імпортера – компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» з використанням логістичного підходу.

Для досягнення даної мети у роботі вирішені наступні задачі: досліджено сутність сучасного логістичного підходу до управління товарорухом у зовнішньоекономічній діяльності підприємством; визначено основні принципи управління товарорухом для посередницької фірми – імпортера; проаналізовано особливості застосування логістичної концепції в управлінні товарорухом; здійснено дослідження механізму посередницької логістики у зовнішньоекономічній діяльності. У роботі також виконано аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Еколайф-Сервіс» та його імпортної діяльності; здійснено дослідження організації та управління товарорухом у імпортній діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс» та визначено перспективні напрямки вдосконалення управління товарорухом ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичного підходу.

ТОВАРОРУХ, ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ, КАНАЛ РОЗПОДІЛУ, ПОСЕРЕДНИК, ІМПОРТНА ДІЯЛЬНІСТЬ, ПРОДУКЦІЯ ГІГІЄНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ.

ABSTRACT

Master's thesis: 64 pages, 5 tables, 7 figures, 38 sources.

The object of the study: the import activity of the company "Ecolife-Service" LLC, which operates on the market of hygienic goods.

The subject of the study: implementation of the goods movement function of the importer's company - "Ecolife-Service" LLC.

Research methods: descriptive and analytical, economic-mathematical modeling.

The purpose of the work: is to improve the mechanism of managing the movement of goods for the intermediary firm - importer - company "Ecolife-Service" LLC using a logistic approach.

To achieve this goal, the following tasks were solved in the work: the essence of the modern logistics approach to the management of goods movement in the foreign economic activity of the enterprise was investigated; the basic principles of goods movement management for an intermediary firm - importer are determined; the peculiarities of the application of the logistic concept in the management of goods traffic are analyzed; a study of the mechanism of intermediary logistics in foreign economic activity was carried out. The work also includes an analysis of the financial and economic status of Ecolife-Service LLC and its import activities; a study of the organization and management of goods movement in the import activity of Ecolife-Service LLC was carried out, and promising directions for improving the management of goods movement of Ecolife-Service LLC based on a logistic approach were determined.

MOVEMENT OF GOODS, LOGISTICS CONCEPT, DISTRIBUTION CHANNEL, INTERMEDIARY, IMPORT ACTIVITIES, PRODUCTS FOR HYGIENIC PURPOSE.

ЗМІСТ

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА 2
Реферат 4
Abstract 5
Вступ 7
Розділ 1 Сутність логістичного підходу до управління товарорухом у зовнішньоекономічній діяльності підприємством 9
1.1 Теоретичні засади застосування логістичної концепції в управлінні товарорухом 9
1.2 Рівні та сутність логістичної діяльності посередницької фірми 12
1.3 Механізм посередницької логістики у зовнішньоекономічній діяльності 14
Розділ 2 Дослідження управління товарорухом фірми-імпортера ТОВ «Еколайф-сервіс» 19
2.1 Загальна характеристика фінансово-економічного стану ТОВ «Еколайф-Сервіс» та його імпортної діяльності 19
2.2 Організація та управління товарорухом у імпортній діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс» 29
2.3 Застосування АВС-аналізу для оцінки матеріальних запасів ТОВ «Еколайф-Сервіс» 35
Розділ 3 Напрямки вдосконалення управління товарорухом ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичного підходу 43
3.1 Вдосконалення товароруху компанії-імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичної концепції 43
3.2 Вибір оптимального місця розташування розподільчого складу компанії 48
Висновки та пропозиції 55
Перелік посилань 60

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки та її глибокої інтеграції у систему міжнародних економічних зв'язків, більшість її галузей у зв'язку з міжнародною фінансово-економічною кризою знаходяться у стані рецесії. У першу чергу це стосується підприємств, орієнтованих на імпортну діяльність. Тому актуальним є визначення основних напрямків та засобів збереження конкурентоспроможності вітчизняних підприємств на основі використання сучасних маркетингових та логістичних концепцій. Прикладом вирішення такого завдання є дана робота.

Об'єктом дослідження у даній роботі є імпортна діяльність компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс», що діє на ринку товарів гігієнічного призначення.

Предмет дослідження є реалізація функції товароруху компанії імпортера – ТОВ «Еколайф -Сервіс».

У роботі використано описовий та аналітичний методи дослідження, а також економіко –математичне моделювання.

Інформаційною базою для даного дослідження слугували наукові видання та підручники, а також фактичні дані щодо діяльності ТОВ «Еколайф -Сервіс».

Метою даної роботи є вдосконалення механізму управління товарорухом для посередницької фірми – імпортера – компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» з використанням логістичного підходу.

Для досягнення даної мети у роботі необхідно вирішити наступні задачі:

- дослідити сутність сучасного логістичного підходу до управління товарорухом у зовнішньоекономічній діяльності підприємством;

- визначити основні принципи управління товарорухом для посередницької фірми – імпортера;

- проаналізувати особливості застосування логістичної концепції в управлінні товарорухом;

- дослідити механізм посередницької логістики у зовнішньоекономічній діяльності;

- виконати аналіз фінансово-економічного стану ТОВ «Еколайф-Сервіс» та його імпортної діяльності;

- здійснити дослідження організації та управління товарорухом у імпортній діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс»;

- визначити перспективні напрямки вдосконалення управління товарорухом ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичного підходу, для чого застосувати сучасні економіко-математичні моделі для вибору оптимального місця розташування розподільчого складу компанії, а також запропонувати перспективні заходи щодо вдосконалення товароруху компанії-імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичної концепції.

Практична значущість даного дипломного дослідження полягає у можливості використання його результатів при організації управління процесом товароруху вітчизняних підприємств – імпортерів з метою підвищення ефективності їх збутової діяльності.

РОЗДІЛ 1
СУТНІСТЬ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВОМ

1.1 Теоретичні засади застосування логістичної концепції в управлінні товарорухом

Система мислення про конкретні явища чи процеси називається поняттям.

Виходячи з цього, концепція логістики - це система мислення, яка оптимізує потік товарів і матеріалів і раціоналізує економічну діяльність.

Матеріальний потік означає сукупність сировини, матеріалів і напівфабрикатів, які переміщуються від постачальників до виробничих одиниць у формі робочих елементів, перетворюються на готові робочі продукти та доставляються споживачам через канали розподілу.

Цикл включає надходження матеріальних ресурсів на підприємство, початкове транспортування незавершеної продукції в межах цеху, переміщення з одного цеху в інший і, нарешті, надходження готової продукції після завершення всіх робіт за межами компанії. у сферу їх споживання.

Важливо розглядати ці формально відмінні, але пов’язані за змістом процеси як цілісний комплекс.

Зрозуміло, що функції, які формують матеріальні потоки промислового виробництва, є технологічно значущими, а витрати, що здійснюються за ними, економічно залежними.

Це означає, що зміни в одній діяльності можуть вплинути на інші види діяльності, а спроба зменшити окремі витрати може призвести до підвищення загальних витрат.

Концептуальний підхід до розробки логістичних систем передбачає, що функція логістики розглядається як дуже важлива підсистема загальної системи компанії.

Це означає, що логістичні системи повинні бути створені та керовані з загальною метою максимізації ефективності всього підприємства [10].

Розглянемо основні положення логістичної концепції.

1. Реалізація принципів системного підходу.

Це означає, що оптимізація матеріальних потоків відбувається як у всій компанії, так і в окремих підрозділах.

Однак максимальної ефективності можна досягти лише оптимізуючи весь матеріальний потік від джерела первинної сировини до кінцевого споживача або його окремих критичних ділянок.

При цьому всі ланки матеріального ланцюга, тобто всі елементи макро- і мікрологістичної системи, повинні працювати як єдиний злагоджений механізм.

2. Відмова від використання універсальної технології та виробництва підйомно-транспортного обладнання, а також обладнання, що відповідає конкретним завданням і умовам.

Оптимізація процесу за рахунок використання відповідного обладнання можлива лише за умов вивільнення та інтенсивного використання різноманітних виробничих ресурсів.

Іншими словами, для застосування логістичних підходів до управління матеріальними потоками необхідні передові науково-технічні розробки.

3. Розвиток дрібносерійного виробництва відповідно до вимог ринку.

При цьому необхідно мінімізувати тривалість виробничого циклу від моменту придбання матеріальних ресурсів до відвантаження готової продукції споживачеві.

Тому необхідно не тільки скоротити час на технічну обробку матеріалів, а й скоротити всі процеси, пов'язані із закупівлею сировини і матеріалів.

4. Гуманізація технічних процесів, створення відповідних умов праці.

Елементи логістичної системи включають персонал, спеціально підготовлений персонал, який виконує завдання з необхідним рівнем відповідальності.

Логістичний підхід посилює соціальну значимість діяльності у сфері управління матеріальними потоками та створює об'єктивні умови для прийняття кадрів з більш високим потенціалом у цій сфері.

У той же час, ми також повинні відповідним чином покращити умови праці.

5. Розрахунок логістичних витрат по всьому логістичному ланцюгу.

Одним з головних завдань логістики є мінімізація витрат, пов'язаних з переміщенням потоку матеріалів від первинного джерела до кінцевого споживача.

Вирішення цієї проблеми можливе лише за умови визначення витрат на логістику за допомогою системи, яка розраховує витрати на виробництво та розподіл.

Це є важливим критерієм для вибору оптимального варіанту логістичної системи, тобто найменших сумарних витрат по всьому логістичному ланцюгу.

6. Сучасний рівень розвитку сервісу.

В даний час потенціал для значного поліпшення якості об'єктивно обмежений для більшості виробників продукції.

У результаті все більше компаній звертаються до логістичних послуг для підвищення своєї конкурентоспроможності.

Коли кілька постачальників продають один і той самий товар приблизно однакової якості, перевага віддається постачальнику, який може надати вищий рівень обслуговування.

7. Здатність логістичної системи адаптуватися до умов ринку.

Поява великої кількості різноманітних товарів і послуг призводить до невизначеності попиту на них і до великих коливань якісних і кількісних характеристик матеріальних потоків через логістичну систему.

За цих обставин питання про те, чи здатна логістична система адаптуватися до змін зовнішнього середовища, є важливим фактором для збереження стабільної позиції на ринку [14].

Логістична діяльність має кінцеву мету під назвою «Шість принципів логістики».

1. Товар – за потребою.
2. Якість товару висока.
3. Кількість достатня.
4. Термін доставки найзручніший.
5. Місце доставки – при необхідності.
6. Вартість мінімальна.

Цілі логістичної діяльності досягаються, коли виконуються такі шість умов: ч. Коли продукція високої якості і в необхідній кількості доставляється в зазначене місце з найменшими витратами і в найбільш зручний для замовника час. [15] Концепція логістики визначає наступний напрямок.

- Встановлення економічних відносин.

– Визначення потреби в кількості та напрямку транспортування продукції.

– Визначення порядку проходження продуктів через пункти зберігання.

– Операційний регламент постачання та транспортування.

– Створення та управління надлишковими фондами.

- Розвиток управління складським господарством.

– Зменшення торгівлі та транспортно-експедиторських послуг.

1.2 Рівні та сутність логістичної діяльності посередницької фірми

У сучасному контексті виділяють два рівні логістики.

Одна — це макрологістика, яка є завданням, яке розглядає глобальні проблеми, пов’язані з управлінням матеріальними та інформаційними процесами, а інша — мікрологістика, яка вивчає локальні проблеми, пов’язані з управлінням матеріальними та інформаційними потоками на внутрішньоорганізаційному рівні.

Макрологістика включає міжгалузеві процеси, тобто логістичні процеси між різними компаніями, посередниками з транспортування, складування та зберігання.

Він може охоплювати процеси, пов'язані з виробництвом, транспортуванням і наданням різних видів послуг [18].

Мікрологістика – внутрішньовиробнича логістика, пов’язана зі звичайною діяльністю конкретної компанії.

Логістику потрібно диференціювати.

а) Як економічний процес.

б) Як функція управління.

в) як наук. [19]

Мікрологістика поділяється на три види:

1) Логістика, пов'язана із закупівлею або закупівлею товарів (закупівельна логістика).

2) Виробнича логістика.

3) Логістика, зосереджена на збуті продукції (логістика розподілу).

Усі ці типи логістики обов’язково вимагають існування логістичних інформаційних потоків.

Це включає прийом даних про товаропотік, їх передачу, обробку та систематизацію, а також подальшу публікацію встановленої інформації.

Коли логістична система об’єднує функції постачання, виробництва, збуту, розподілу та транспортування, споживання та ринку, вона називається макрологістикою [20].

Функціонування всіх компонентів логістичного процесу необхідно розглядати з точки зору контексту та взаємозалежності.

Такий підхід дозволяє не тільки чітко координувати діяльність складських служб, а й є основою для планування та контролю руху вантажів у межах складу з мінімальними витратами.

Традиційно весь процес можна розділити на три частини: 1) Координаційна робота закупівельної служби.

2) Процеси, безпосередньо пов'язані з обробкою вантажу та його документуванням.

3) Координація діяльності служби збуту.

1.3 Механізм посередницької логістики у зовнішньоекономічній діяльності

На сучасних підприємствах створюють організаційно-економічні умови і матеріальну базу для утворення більш потужних і ефективних інтегрованих логістичних систем, котрі впливають на їх діяльність.

Сам перехід на «сервісну» економіку диктує необхідність поширення завдань і функцій посередницьких організацій, котрі сприяють підвищенню рівня сервісу.

Слід пам'ятати, що для задоволення потреб споживачів, посередники з дистрибуційної мережі повинні вирішити питання пов'язане з розробкою цієї мережі, оскільки час перевезень превалює над пройденою відстанню, а надійність і якість — над швидкістю транспортування. Вантажні одиниці розглядаються з точки зору перевезень різними видами транспорту, тобто використання їх максимальної місткості.

За всіх умов більш ефективними будуть перевезення, котрі дають змогу транспортувати велику кількість вантажу за рахунок мінімальної кількості рухомого складу.

Логістичний склад має бути розташований якомога наближеним до споживачів при фізичному розподілі під час транспортування і якнайближче до виробника при сортуванні, комплектуванні, пакуванні готової продукції.

Крім посередників, котрі виступають у дистрибуційних каналах логістичним посередником, є транспортно-експедиційна або експедиторська фірма, котра надає експедиційні послуги. Згідно з угодою транспортно-експедиційна фірма може здійснити перевезення вантажу транспортом і за маршрутом, що їх обрав експедитор, або клієнт. Експедитор від власного імені або від імені клієнта зобов'язаний укласти угоду перевезення вантажу, забезпечити відправку і отримати угоду на перевезення вантажу, виконавши інші зобов'язання з перевезень. Допоміжними послугами, надаваними експедитором клієнту, як правило, є:

- отримання документів для експортно-імпортних вантажів;
- виконання різних митних операцій;
- вантажно-розвантажувальні роботи;
- сплата митних зборів;
- перевірка кількості і якості вантажу;
- збереження, сортування, комплектування;
- інформаційні послуги.[9]

За рубежем великі транспортно-експедиційні фірми, виконуючи значну кількість різних видів логістичних послуг, прагнуть захопити якомога більшу кількість або протяжність логістичних каналів виробників, інтегрує логістичні послуги в територіальній зоні або за ознакою продуктової орієнтації. Перелік послуг постійно розширюється як за обсягом так і за якістю. Окремі фірми, котрі є власниками великих вантажних терміналів, здійснюють довгострокове складське збереження вантажів виробників, а іноді викупають продукцію, виконуючи функції великих оптових торговельних посередників. Інтегруючи логістичні послуги, пов'язані з транспортуванням, збереженням, складуванням, вантажопереробкою і продажем продукції, транспортно-експедиційні фірми, по суті, перетворюються у логістичні фірми. Забезпечуючи стійкі ринки збуту послуг, довгостроковий прибуток, а також скорочуючи логістичні витрати виробників продукції поліпшує якість логістичного сервісу.

Транспортно-експедиційні фірми за кордоном пропонують своїм клієнтам такі логістичні послуги:

- розробка і управління логістичними ланцюжками;
- різні види складських приміщень і послуг з укомплектування, сортування, вантажопереробки;
- надання допродажного і післяпродажного сервісу;
- контроль і поповнення виробничих запасів;
- надання послуг із закупівлі товарів і матеріально-технічному забезпеченню;
- ремонт обладнання і транспортних засобів;
- заміна неякісних товарів на якісні.[1]

Безумовно, головним у роботі логістичних фірм є якість сервісних послуг. Транспортно-експедиційне обслуговування клієнтів здійснюється в основному для дрібнопартійних, тарно-штучних вантажів, а також контейнерів і пакетів. Крупногабаритні промислові, будівельні вантажі, сировинні матеріали доставляють, як правило, за прямими угодами вантажовласника з перевізником.

Внутрішньофірмова інтеграція дає змогу керувати матеріальним потоком торговельного підприємства, але кардинально не впливає на фактори зовнішнього середовища. Для уникання втрат неузгодженості основних елементів систем торговельної логістики необхідно доповнити внутрішньофірмову інтеграцію внутрішньогалузевою та міжгалузевою логістичною інтеграцією. Значний логістичний потенціал закладений у внутрішньогалузевій інтеграції торговельної логістики. Розглядаємо три можливих напрями:

1) горизонтальна інтеграція, базується на узгодженні інтересів торговельних підприємств-конкурентів;

2) вертикальна інтеграція, що передбачає поєднання логістичних зусиль представників різних підгалузей галузі «торгівля», що розуміють у широкому

сенсі цього слова (включаючи підприємства, що спеціалізуються на комерційному посередництві);

3) комбінована інтеграція, що сполучає вигоди двох попередніх форм внутрішньогалузевої інтеграції.[27]

За умов горизонтальної інтеграції торговельне підприємство намагається одержати у володіння чи поставити під контроль інші торговельні підприємства-конкуренти. Можливі різноманітні форми поглинання підприємств-конкурентів, починаючи зі скуповування підприємств цілком і завершуючи банкрутством конкурентів. Ще більш різноманітними є форми контролю за діяльністю підприємств-конкурентів, включаючи різноманітні види об'єднань (асоціацій), придбання контрольного пакету акцій тощо. У всіх випадках необхідно враховувати економічні та правові межі горизонтальної інтеграції з підприємствами-конкурентами, а правові межі — діючим антимонопольним законодавством.

Вертикальна інтеграція у торговельній логістиці будується на об'єднанні логістичних зусиль незалежних, але взаємопов'язаних торговельних підприємств. Найбільш тісний взаємозв'язок спостерігається між оптовою та роздрібною ланками торговельної логістики. Якщо уявити логістичний ланцюжок, що складається тільки з внутрішньогалузевих ланок, у загальному вигляді можна одержати таку систему.

У даній системі підприємство комерційного посередництва може виконувати різноманітні торговельні функції, у тому числі й такі, як збут готової продукції товаровиробників. Оптове підприємство виступає у ролі великого посередника (дилера), встановлюючи зв'язки чи то безпосередньо з товаровиробниками, чи то опосередковано через комерційних агентів та роздрібну мережу. В принципі, між оптовою та роздрібною ланками логістичного ланцюжку можуть існувати дрібнооптові торговельні посередники, які виконують функції підсортування та комплектації, тобто доведення виробничого асортименту товарів до споживчого стану.

Вертикальна інтеграція, як правило, можлива на добровільних засадах шляхом об'єднання відокремлених логістичних елементів у інтегровану систему. При цьому форми координації логістичних зусиль усіх учасників такої системи будуть здійснюватись глибиною інтеграції, рівнем узгодженості технологій переробки вантажів, іншими факторами.

Комбінована інтеграція торговельної логістики у межах галузі «торгівля» сполучає у собі переваги горизонтальної та вертикальної інтеграції. Припустимо, що приборкання конкуренції можливо шляхом горизонтальної інтеграції, а вигоду від кооперації логістичних зусиль учасників внутрішньогалузевого логістичного ланцюжка більш раціонально одержати на базі вертикальної інтеграції.

Саме широке поле інтеграції торговельної логістики відкривається на міжгалузевому рівні. Пропонують три можливі форми міжгалузевої інтеграції:

1) регресивна інтеграція, що полягає у намаганні торговельного підприємства жорстко контролювати основних постачальників товарів (товаровиробників);

2) прогресивна інтеграція, суть якої полягає в тому, що торговельне підприємство намагається одержати чи поставити під жорсткий контроль інші підприємства торговельної інфраструктури (наприклад, підприємства транспорту, зв'язку тощо);

3) конгломератна інтеграція, що сполучає елементи інших форм міжгалузевої інтеграції.[29]

Таким чином, у даному розділі визначено сутність та особливості застосування сучасної логістичної концепції у процесі управління товарорухом для посередницьких фірм, що є суб’єктами зовнішньоекономічної діяльності. Визначено рівні логістичних систем та процесів, що реалізуються у зовнішньоекономічній діяльності посередницьких компаній. Досліджено також особливості реалізації логістичних процесів у посередницьких фірмах і роль сучасної логістичної системи у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному та зарубіжних ринках.

РОЗДІЛ 2
ДОСЛІДЖЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ ФІРМИ-ІМПОРТЕРА ТОВ «ЕКОЛАЙФ-СЕРВІС»

2.1 Загальна характеристика фінансово-економічного стану ТОВ «Еколайф-Сервіс» та його імпортної діяльності

Компанія ТОВ «Еколайф-Сервіс» є імпортером гігієнічної продукції для організацій та офісів, а також багатоцільових миючих засобів, засобів для очищення скла, кераміки, нержавіючої сталі та інших засобів побутової хімії.

ТОВ «Еколайф-Сервіс» діє на ринку Запорізького регіону з 2001 року. За час своєї ринкової діяльності воно набуло репутації надійного та перевіреного постачальника сучасних засобів побутової хімії, що забезпечує якісні постачання імпортованого товару у обумовлені контрактами терміни.

Основними зарубіжними партнерами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є відомі виробники засобів побутової хімії з Туреччини, Польщі, Німеччини, Чехії, Китаю та інших країн.

На рисунку 2.1 наведено динаміку обсягів імпорту засобів побутової хімії та гігієнічної продукції для організацій та офісів компанією ТОВ «Еколайф-Сервіс» за період з 2018 по 2022 роки.

Як свідчать ці дані, ринкова діяльність компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» з реалізації на вітчизняному ринку імпортних засобів побутової хімії та гігієнічної продукції для організацій та офісів відзначається стійкою тенденцією до зростання. На протязі 2018 – 2022 років середній темп зростання обсягів імпорту продукції компанією ТОВ «Еколайф-Сервіс» становив близько 1,27, тобто у середньому обсяги імпорту зростали щорічно на 27%.

Основними торгівельними партнерами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» на ринку Запорізького регіону є такі дрібнооптові склади та підприємства роздрібної торгівлі м. Запоріжжя, як: ТОВ «Маркет Плаза», ПП «Вега», ТОВ

«Альта», ПП «СіВіЗ», ТОВ «Руна», ЗАТ «Старт», ТОВ «МДН», ПП «Січ А», ТОВ «Світоч ЗП», ПП «Довіра», ПП «Петраков», ПП «Водограй», ЗАТ «Комета», ТОВ «Дін», ТОВ «Ліра», крім того, клієнтами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є такі відомі підприємства міста як ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Дніпроспецсталь », ЗТМК та інші.

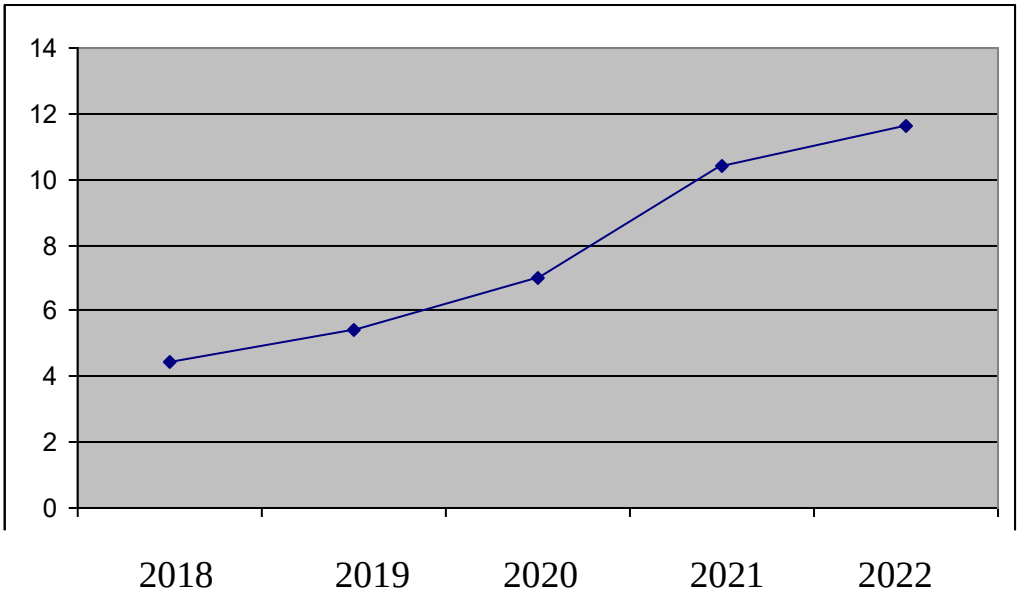


Рис. 2.1 – Динаміка імпорту компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс»

На маркетингову та логістичну діяльність ТОВ «Еколайф-Сервіс» впливають такі чинники:

- сукупність цілей компанії – організація має забезпечувати: виконання запланованих завдань, мобільність організації, вмотивованість персоналу і реалізацію його творчого потенціалу, ефективність управління компанією і координацію маркетингової діяльності;

- умови маркетингового середовища – зовнішні і внутрішні умови.

Відділ маркетингу та логістики компанії – імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс» виконує наступні функції:

- дослідження ринку, в тому числі аналізу ринкових ситуацій;

- вивчення тенденцій розвитку ринку і поведінки споживачів;

- замовлення і планування асортименту продукції;

- управління процесами товароруху;
- прогнозування збуту (продажу) готової продукції;
- ціноутворення і системи знижок;
- комунікацій, у тому числі підвищення іміджу компанії;
- сервісу (допродажного і післяпродажного);
- організації фірмової торгівлі;
- маркетингового контролю та аналізу;
- закупівель матеріально-технічних ресурсів;
- розробки бюджету маркетингу.

Діяльність відділу маркетингу та логістики ґрунтується на засадах функціональної організаційної структури. На рисунку 2.2 наведено схему організаційної структури відділу маркетингу та логістики ТОВ «Еколайф-Сервіс». Функціональна організація – діяльність фахівців у підрозділах маркетингу організована виходячи із функцій маркетингу, які вони виконують (маркетингові дослідження, збут, реклама тощо).

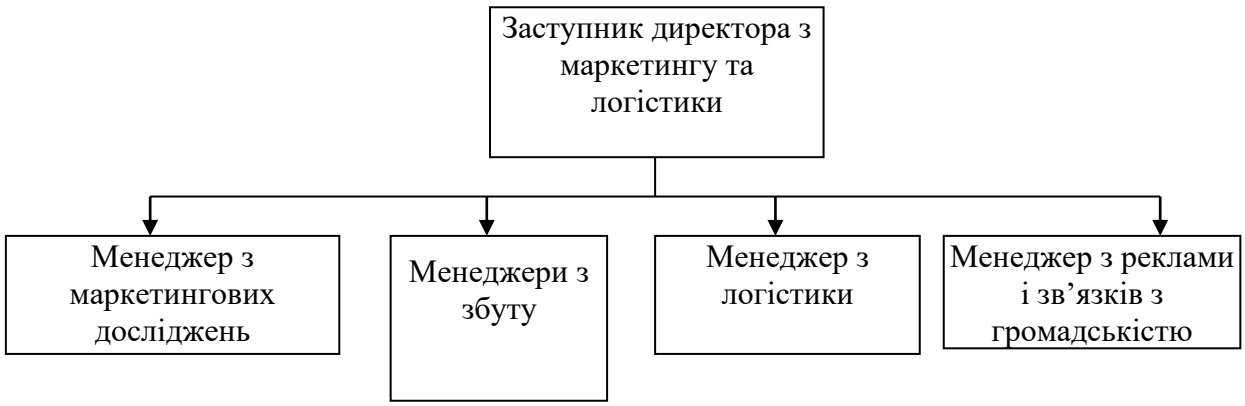


Рис. 2.2 Організаційна структура відділу маркетингу та логістики ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Функції менеджера з збуту складаються з розробки відповідних планів, їх реалізації, відстежуванні результатів і прийнятті, в разі необхідності, корегуючих дій. Завдання такого менеджера:

- створення довгострокової стратегії для продукту;

- побудова річного плану маркетингу і прогнозу збуту, робота з рекламними і торговельними агенціями;

- стимулювання підтримки продукту серед торговельних працівників і дистриб'юторів;

- збір даних про продукт, відношення споживачів і подавців до нього;

Заступнику директора з маркетингу та логістики передаються від керівництва фірми необхідні повноваження по розподілу ресурсів, а також виконанню заходів, що входять до складу програми маркетингу. Йому ж тимчасово підпорядковуються не тільки співробітники відповідних маркетингових підрозділів, але й співробітники підрозділів, які займаються розробкою і доведенням до виробництва відповідного продукту.

Діюча система контролю за маркетинговою та логістичною діяльністю компанії відділу маркетингу та логістики ТОВ «Еколайф-Сервіс» включає наступні елементи:

– мету – визначення відповідності фактичних результатів маркетингової діяльності запланованим;

– входи – джерела даних внутрішньої звітності і даних щодо оточуючого маркетингового середовища;

– виходи – джерела інформації, які відображають обрані цілі, стратегії, програми, розподіл ресурсів;

– алгоритм – послідовність етапів здійснення контролю;

– ресурси – організаційні і фінансові ресурси, необхідні для здійснення маркетингового контролю.

– підсистема зворотного зв'язку – замкнений ланцюг інформаційної оргструктури, завдяки якому стає спроможним корегування плану;

– стандарти – сукупність показників, чинників, заходів тощо, з якими співставляються відповідно показники, чинники, заходи, що заплановані;

– зовнішнє оточення – допоміжна оргструктура, яка дозволяє здійснювати критичну оцінку застосованих маркетингових стратегій і системи планування.

Фінансова та господарська діяльність ТОВ «Еколайф-Сервіс» здійснюється згідно з діючим законодавством.

Ведення бухгалтерського обліку здійснюється згідно з принципами і методами, передбаченими національними стандартами бухгалтерського обліку. Організований аналітичний облік руху залишків матеріалів в кількісно-сумарному виразі, на складах - в картах складського обліку в кількісному виразі.

Заявлений статутний фонд підприємства складає 191600.00 грн.

Залишкова вартість основних засобів товариства на 31.12.2022 р. становила 627,9 тис. грн.

Вибуття запасів здійснюється за слідуючими оцінками: матеріалів (по видам та групам), палива, запасних частин, малоцінних та швидкозношуваних предметів - по собівартості перших за часом надходження запасів (метод ФІФО);Станом на 31.12.22 вартість запасів товариства становить - 143,3 тис. грн.

Станом на 31.12.22 р. дебіторська заборгованість ТОВ «Еколайф-Сервіс» складала - 82,0 тис. грн., а її структура має наступний вигляд: Поточна заборгованість - 82.0 тис.грн. в тому числі дебіторська - 24.1 тис.грн. за товари, роботи, послуги - 24.1 тис.грн. з бюджетом - 14.0 тис.грн. по авансах виданих - 37.8 тис.грн. Інша поточна дебіторська заборгованість - 6.1 тис.грн. Чиста реалізаційна вартість - 24.1 тис.грн. Первісна вартість - 24.1 тис.грн. Визнання, оцінка реальності дебіторської заборгованості товариством проводиться відповідно до П(С)БО 10 "Дебіторська заборгованість". Розкриття інформації про дебіторську заборгованість в фінансовій звітності за 2022 рік проведено товариством у відповідності з П(С)БО 2 "Баланс", затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 87 від 31.03.99 р. Резерв сумнівних боргів товариством не складався.

Облік касових операцій, залишки ліміту каси відповідають вимогам чинного законодавства. Ведення операцій на рахунках в банку проводиться згідно вимог "Про затвердження Інструкції про безготівкові розрахунки в

Україні в національній валюті", Станом на 31.12.22 р. грошові кошти та їх еквіваленти дорівнюють 9,9 тис. грн.

Витрати майбутніх періодів станом на 31.12.22 складають 1,5 тис. грн.

Структура зобов'язань товариства станом на 31.12.22 р. має наступний вигляд: Позикові кошти - 360.0 тис.грн. Кредиторська заборгованість: 15.7 тис.грн., в тому числі: за отримані товари, роботи, послуги - 13.9 тис.грн. з бюджетом - 0.8 тис.грн. з учасниками - 1.0 тис.грн. Визнання, оцінка реальності кредиторської заборгованості товариством проводиться відповідно до П(С)БО 11 "Зобов'язання". Розкриття інформації про кредиторську заборгованість в фінансовій звітності за 2022 рік проведено товариством в відповідності з П(С)БО 2 "Баланс".

Облік заробітної плати проводиться згідно до вимог "Інструкції зі статистики заробітної плати", затвердженої наказом Мінстату № 323 від 11.12.95 р. Середня заробітна плата визначається згідно з "Порядком обчислення середньої заробітної плати", затвердженим постановою Кабінету Міністрів України №100 від 08.02.95 р., із змінами та доповненнями. Облік розрахунків з підзвітними особами відповідає вимогам чинного законодавства. Розрахунки з бюджетом по податках та інших обов'язкових платежах, по соціальному страхуванню проводяться згідно вимог діючого законодавства. Інвентаризація зобов'язань за звітний період не проводилась.

Власний капітал товариства на 31.12.22 р. становить - 551,0 тис. грн., та має таку структуру:- стаття "Статутний капітал" - 191,6 тис. грн.;- стаття "Інший додатковий капітал" - 287,7 тис. грн.;- стаття "Резервний капітал" - 9,7 тис. грн.;- стаття "Нерозподілений прибуток" - 62 тис. грн. В звітному періоді відбувалися зміни у складі резервного капіталу за рахунок розподілу прибутку за минулий рік. Відповідні дані наведено у таблиці 2.1.

Облік доходу (виручки) від реалізації товарів та інших активів визначається згідно п. 8 П(С)БО 15 "Доходи", затвердженого наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.99 р., із змінами та доповненнями. При порівнянні даних відображених в звітності з даними

головної книги, журналами-ордерами та відомостями - розбіжностей не встановлено. Визнання витрат та їх склад відповідає вимогам П(С)БО 16 "Витрати", затвердженого наказом Міністерства фінансів № 318 від 31.12.99 р., із змінами та доповненнями. Витрати відображаються в балансі одночасно зі зменшенням активів та збільшенням зобов`язань.

Таблиця 2.1 - Агрегований баланс ТОВ «Еколайф-Сервіс» , тис. грн.

Показник	01.01.08	31.12.22
	АКТИВ	
1. Необоротні активи	503,5	690,0
2. Мобільні (оборотні) активи	223,7	235,2
2.1. Запаси та витрати	73,6	143,3
2.2. Дебіторська заборгованість	35,6	79,4
2.3. Поточна заборгованість	3,3	2,6
2.4. Грошові кошти та цінні папери	111,2	9,9
3. Витрати майбутніх періодів	-	1.5
ВСЬОГО	727.2	926.7
	ПАСИВ	
1. Власний капітал	675,2	551,0
2. Забезпечення наступних витрат і платежів	-	-
3. Позиковий капітал	52,0	375,7
3.1. Довгострокові зобов'язання та забезпечення	-	360,0
3.2. Короткострокові кредити та займи	-	-
3.3 Кредиторська заборгованість	51,8	15,7
3.4. Поточні зобов'язання	0,2	-
ВСЬОГО	727,2	926,7

В "Звіті про фінансові результати" витрати відображаються одночасно з доходами, для отримання яких вони понесені. За 2022 рік фінансові результати від фінансово-господарської діяльності згідно "Звіту про фінансові результати" (табл. 2.2) становлять:- валовий прибуток - 538.5 тис. грн.;- прибуток від

операційної діяльності - 76.9 тис. грн.;- прибуток від звичайної діяльності до оподаткування - 83,2 тис. грн.;- податок на прибуток від звичайної діяльності - 27,6 тис. грн. Чистий прибуток, відображений в формі № 2 фінансової звітності становить 55,6 тис. грн. Спільну господарську діяльність товариство не здійснює.

Здійснимо дослідження агрегованого балансу ТОВ «Еколайф-Сервіс» станом на 31.12.2022 р.

На основі даного агрегованого балансу, а також бухгалтерської звітності підприємства розраховані основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс» , які наведені у таблиці 2.2

Таблиця 2.2 - Основні показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Найменування показника	01.01.08	31.12.22
1	2	3
Аналіз майнового стану підприємства		
Коефіцієнт зносу основних засобів	0,80	0,76
Коефіцієнт оновлення основних засобів	0,009	0,074
Коефіцієнт вибуття основних засобів	0,002	0,016
Аналіз ліквідності підприємства		
Коефіцієнт покриття	4,30	14,98
Коефіцієнт швидкої ліквідності	2,89	2,85
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	2,14	0,63
Чистий оборотний капітал (тис.грн.)	171,7	219,5
Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості) підприємства		
Коефіцієнт платоспроможності (автономії)	0,93	0,59
Коефіцієнт фінансування	0,08	0,68

Продовження таблиці 2.2

1	2	3
Коефіцієнт забезпечення власними оборотними засобами	0,77	0,93
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,25	0,40
Аналіз ділової активності підприємства		
Коефіцієнт оборотності активів	11,94	3,17
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	64,11	19,24
Коефіцієнт оборотності основних фондів (фондовіддача)	3,54	1,03
Коефіцієнт оборотності власного капіталу	13,03	4,28
Аналіз рентабельності підприємства		
Коефіцієнт рентабельності активів	0,018	0,067
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу	0,019	0,09
Коефіцієнт рентабельності діяльності	0,001	0,021

Таким чином, діяльність ТОВ «Еколайф-Сервіс» здійснюється у відповідності з чинним законодавством України. ТОВ «Еколайф-Сервіс» має обмежену платоспроможність, існує фінансова залежність від зовнішніх кредиторів, що пов'язано з низьким рівнем власного капіталу та високим рівнем позикових коштів. Рентабельність має позитивне значення.

Основні показники, а саме: коефіцієнт абсолютної ліквідності, коефіцієнт загальної ліквідності (покриття), коефіцієнт платоспроможності, коефіцієнт фінансування, свідчать про спроможність підприємства сплачувати свої поточні зобов'язання, про достатність ресурсів підприємства, які можуть бути використані для погашення його поточних зобов'язань, відображають позитивні платіжні можливості підприємства, щодо сплати поточних зобов'язань за умови своєчасного проведення розрахунків з дебіторами. Достатньо великою є

частина боргів підприємства, яка може бути сплачена негайно. Таким чином, можна зробити висновок про реальність та перспективність фінансового стану ТОВ «Еколайф-Сервіс», що забезпечує вірогідність його безперервного функціонування у майбутньому, як суб'єкта господарювання.

В плані розвитку ТОВ «Еколайф-Сервіс» є придбання нових потужностей по зберіганню імпортованої продукції.

Розглянемо динаміку активів компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» за 2018 – 2022 рр.

2018 рік: придбано активів - 3.3 тис.грн., у тому числі: - машини та обладнання - 3.3 тис.грн.; відчуження активів - не було.

2019 рік: придбано активів - 43.6 тис.грн., у тому числі: - машини та обладнання - 43.6 тис.грн.; відчуження активів - не було.

2020 рік: придбано активів - 0.7 тис.грн., у тому числі: - інструменти, приборі - 0,7 тис.грн.; відчуження активів - не було.

2021 рік: придбано активів - 18.3 тис.грн., у тому числі: - будівлі та споруди - 18.3 тис.грн.; відчуження активів - не було.

2022 рік: придбано активів - 191.4 тис.грн., у тому числі: - будівлі та споруди - 132.2 тис.грн., - машини та обладнання - 20.8 тис.грн., - транспортні засоби - 32.7 тис.грн., - інструменти та прилади - 5.7 тис.грн.; відчужено активів - 40.8 тис.грн., у тому числі: - машини та обладнання - 35.6 тис.грн., - інструменти та прилади - 5.2 тис.грн.

Основними факторами, що впливають на діяльність ТОВ «Еколайф-Сервіс» є: недосконаліть податкової політики держави, недостатність обігових коштів, зростання податків, непомірне зростання вартості енергоносіїв, комунальних послуг, відсутність коштів у споживачів.

Суттєво вплинула на ефективність імпортної діяльності компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» світова фінансово-економічна криза, а також несприятлива динаміка курсу гривні. Дія цих факторів спричинила значне зростання цін на імпортовану продукцію гігієнічного призначення на вітчизняному ринку. Враховуючи наявність конкуренції за рядом позицій імпортного асортименту

ТОВ «Еколайф-Сервіс», це суттєво знижує її конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, що виразилося у зменшенні середньої рентабельності імпорту даних видів продукції за 4 квартал 2022 та 1 квартал 2023 р.р. на 29%. Враховуючи зменшення платоспроможного попиту вітчизняних споживачів, компанія ТОВ «Еколайф Сервіс» не може реагувати на несприятливі зміни зовнішнього середовища шляхом адекватного підвищення цін на імпортовану продукцію, тому першочергового значення набуває вирішення завдання мінімізації збутових витрат компанії, пов'язаних з оптимізацією її товароруху.

2.2 Організація та управління товарорухом у імпортній діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Процес управління товарорухом компанії – імпортера ТОВ «Еколайф - Сервіс» передбачає діяльність з організації, планування, реалізації та контролю за фізичним переміщенням імпортованої продукції (Рушники (система Н1 в рулонах), Мило (система С1), Освіжувач повітря (система К1), Освіжувач повітря (система А1), Покриття для унітазів, Мило (система Е1), Аксесуари до вікон тощо) від закордонних виробників до місць споживання з метою задоволення потреб споживачів і досягнення власних цілей. Функціонування системи товароруху компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс» дозволяє забезпечити імпортні постачання високоякісної продукції гігієнічного призначення для корпоративних споживачів та фізичних осіб, здійснювати сервісне обслуговування споживачів, вивчати, генерувати і задовольняти їх попит. Маркетингова політика розподілу ТОВ «Еколайф -Сервіс» полягає в забезпеченні: своєчасного пропонування товару, надходження товарів до місць попиту, змін форми і вигляду товарів з метою досягнення їх більшої привабливості для споживачів, можливості придбання імпортних товарів гігієнічного призначення.

Основою ефективного функціонування системи товароруху компанії ТОВ «Еколайф - Сервіс» є наявність ефективно діючої мережі каналів розподілу.

Канали розподілу — це маршрути, за якими продукція переміщується від місць виробництва чи видобутку до місць споживання чи використання, зупиняючись у певних пунктах, переходячи від одного власника до іншого, це сукупність фірм або окремих осіб, які беруть на себе обов'язок чи допомагають передати комусь іншому право власності на товари (послуги) на їхньому шляху від виробника до споживача.

Складовими елементами каналів розподілу імпортної продукції компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є дрібнооптові склади та підприємства роздрібної торгівлі, що діють у запорізькому регіоні. Вони виступають у ролі посередників для забезпечення імпортною продукцією гігієнічного призначення споживачів – фізичних осіб. Основними торгівельними партнерами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» на ринку Запорізького регіону є такі дрібнооптові склади та підприємства роздрібної торгівлі м. Запоріжжя, як: ТОВ «Маркет Плаза», ПП «Вега», ТОВ «Альта», ПП «СіВіЗ», ТОВ «Руна», ЗАТ «Старт», ТОВ «МДН», ПП «Січ А», ТОВ «Світоч ЗП», ПП «Довіра», ПП «Петраков», ПП «Водограй», ЗАТ «Комета», ТОВ «Дін», ТОВ «Ліра». Серед корпоративних клієнтів ТОВ «Еколайф-Сервіс», з якими компанія взаємодіє безпосередньо (нульовий канал розподілу) слід відзначити такі відомі підприємства міста як ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Дніпроспецсталь», ЗТМК та інші.

Канали розподілу ТОВ «Еколайф -Сервіс» виконують наступні функції:

а) функції, пов'язані з угодами:

— закупівля імпортної гігієнічної продукції для її реалізації на ринку Запорізького регіону;

— продаж та просування імпортної продукції, тобто контактування з потенційними покупцями, отримання і виконання замовлень;

— взяття на себе ділового ризику (за наявності права власності на продукцію);

б) логістичні функції:

— підбір продукції, тобто створення необхідного асортименту для належного обслуговування споживачів Запорізького реігону;

— збереження отриманої імпортної гігієнічної продукції, її якісних характеристик;

— сортування, комплектування, поділ великих партій продукції відповідно до потреб споживачів;

— транспортування продукції.

в) функції обслуговування:

— огляд, перевірка, оцінка продукції, визначення її ґатунку та якості;

— проведення маркетингових досліджень на регіональному ринку продукції гігієни;

— планування продукції, тобто консультування товаровиробників стосовно потреб споживачів, динаміки попиту, місця товарів на ринку на підставі з умов конкуренції, стадій життєвого циклу товарів тощо;

— визначення цін, націнок, знижок, інших умов продажу товарів;

— надання інформаційних, виробничих, комерційних та інших послуг.

Розрізняють два базисні типи каналів розподілу — прямі та опосередковані.

Прямі (без використання посередників) канали розподілу компанія ТОВ «Еколайф -Сервіс» використовує у своїх зовнішньоекономічних зв’язках з турецькими виробниками, здійснюючи у них закупівлі таких товарів з їхнього асортименту, як покриття для унітазів, мило (системи Е1), аксесуари до вікон тощо. В цьому випадку турецькі виробники бажають контролювати всю свою маркетингову програму, підтримувати тісний контакт зі споживачами, при цьому вони мають обмежену кількість цільових ринків, достатні засоби і досвід для організації збуту.

Опосередковані (переміщення товарів через посередників) канали розподілу підприємство ТОВ «Еколайф -Сервіс» використовує при імпорті продукції китайських та польських виробників. Застосування такого виду товарів розподілу є доцільним з точки зору оптимізації митних платежів та підтримання ширшого асортименту продукції гігієнічного призначення, яку компанія пропонує на ринку Запорізького регіону.

Слід відзначити, що довжина міжнародних каналів розподілу, елементом яких є компанія ТОВ «Еколайф - Сервіс», тобто кількість наявних у ньому проміжних рівнів, є невеликою. Максимальна довжина таких каналів дорівнює 3, що має місце при співпраці з китайськими виробниками.

Для ефективного забезпечення споживачів запорізького регіону продукцією з імпортного асортименту ТОВ «Еколайф -Сервіс» важливим є формування відповідних каналів розподілу. Важливість цього питання визначається такими обставинами: вибраний канал розподілу справляє принциповий вплив майже на всю маркетингову програму підприємства - імпортера; формування каналу розподілу передбачає укладення тривалих комерційних угод з його суб'єктами; між суб'єктами каналів часто виникають конфлікти, які погано відбиваються на результатах збутової діяльності підприємства. Виходячи із цього, формування каналів розподілу треба здійснювати, ретельно дотримуючись певного перевіреного практикою алгоритму.

Так, формуючи канали розподілу імпортної продукції, підприємство – імпортер, яким є компанія ТОВ «Еколайф -Сервіс» мусить знайти відповіді на три запитання. Першим із них є запитання стосовно того, який канал розподілу забезпечить найширше охоплення цільового ринку. Щоб досягти найширшого охоплення цільового ринку, визначають щільність розподілу, а також типи посередників, яких залучатимуть до роздрібного продажу імпортних товарів.

Існують три типи щільності розподілу товарів підприємства: інтенсивний — товари розміщуються скрізь, де це можливо (як правило, масові товари повсякденного попиту); селективний (вибірковий) — товари розміщуються лише на кількох торговельних підприємствах у даному районі чи місті, причому одному з них можуть надаватись переваги чи пільги (так зване право «першої руки»); ексклюзивний (виключний) — товари розміщуються тільки на одному торговельному підприємстві в даному районі чи місті (автомобілі, предмети розкошів, дорогий одяг чи парфуми).

Компанія ТОВ «Еколайф -Сервіс» реалізуючи функцію товароруху як складову своєї маркетингової діяльності, використовує селективний та ексклюзивний типи щільності розподілу товарів підприємства.

Ефективна політика розподілу, яку впроваджує ТОВ «Еколайф -Сервіс» передбачає відповідь на запитання стосовно того, який канал розподілу буде найліпше задовольняти потреби споживачів цільового ринку. Таке задоволення потреб забезпечується наявністю відповідної інформації, зручністю контактування, різноманітністю асортименту товарів та послуг торгових підприємств.

Так, наявність інформації формує знання покупців про товари, їх властивості. Правильно вибрані посередники можуть забезпечити покупців необхідною інформацією через проведення ефективних презентацій товарів, виставок, демонстрацій, персонального продажу. Традиційним для ТОВ «Еколайф - Сервіс» є участь у регіональних виставках-ярмарках, що проводяться ЗТПП.

Зручність контактування для покупців також має велике значення. Правильно вибраний посередник має бути завжди до послуг споживача, що економить час останнього, ліквідує перешкоди в процесах купівлі-продажу, полегшує доступ споживача до товарних пропозицій.

Різноманітність асортименту, що пропонує компанія ТОВ «Еколайф - Сервіс» на ринку Запорізького регіону відповідає характеру заінтересованості покупців у даних товарах, з яких вони завжди можуть вибрати потрібні.

Отже, формуючи систему каналів розподілу, компанія ТОВ «Еколайф - Сервіс» повинна визначити:

— характер системи розподілу (власна чи незалежна, пряма чи опосередкована);

— кількість каналів, їх довжину та ширину;

— форму торгівлі (оптова чи роздрібна);

— місця складування товарів, нагромадження запасів;

— асортимент товарів для кожного споживача;

— перелік сервісних функцій;

— рівень знижок і комісійних;

— форму оплати праці торгових представників;

— порядок розподілу функцій та відповідальності між суб'єктами цих каналів.

Визначаючи типи підприємств та організацій, які братимуть участь у каналі розподілу імпортної продукції, що пропонує компанія ТОВ «Еколайф - Сервіс», у першу чергу слід звертати увагу на їхню спроможність задовольнити потреби тих чи інших сегментів ринку, а також забезпечити імпортеру відповідний прибуток.

Специфіка імпортної продукції компанії ТОВ «Еколайф - Сервіс» потребує цілеспрямованого й агресивного розподілу продукції, особливо на етапі її впровадження на ринок.

Цілі та політика компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс» визначають міру і контролю за розподілом продукції. Саме від них залежить стратегія і тактика розподілу, його агресивність, швидкість реакції на зміни ринкової ситуації. Усе це може дуже сильно впливати на зміну характеристик каналів.

Перспективним для вдосконалення системи управління розподілом імпортної продукції компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс» є розвиток горизонтальної інтеграції дистриб'юторів аналогічної продукції, тобто створення відповідних альянсів, в основі яких — спільне використання наявних ресурсів товарів і послуг для збільшення загального спектра пропозицій. У таких каналах, якщо дистриб'ютор не може сам виконати замовлення споживача, він звертається по допомогу до інших постачальників, пов'язаних з ним відповідними письмовими контрактами.

— У процесі управління каналами розподілу компанія ТОВ «Еколайф - Сервіс» приділяє увагу мотивуванню діяльності суб'єктів каналу - дрібнооптових складів та підприємств роздрібної торгівлі, що діють у Запорізькому регіоні. Таке мотивування здійснюється через створення

відповідних систем винагородження праці посередників. Однак мотивацію дій посередників слід розуміти ширше, ніж належну оплату праці.

Компонентами ефективної програми мотивації торгівельних посередників, що є клієнтами компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс» є:

— чітке визначення тих обов'язкових результатів діяльності, які забезпечать винагороду;

— реалістичні й можливі до виконання в установлені строки цілі програми мотивації;

— обов'язкова винагорода за досягнення високих результатів;

— форми винагороди, які мають становити значний інтерес для працівників, а не просто бути зручними для керівництва;

— використання як внутрішніх, так і зовнішніх стимулів;

— спрямованість програми мотивації на конкретну діяльність працівника;

— зрозуміла для всіх співробітників справедливість і доцільність умов мотивації.

У практиці взаємодії компанії ТОВ «Еколайф - Сервіс» з дрібнооптовими складами та підприємствами роздрібної торгівлі широко застосовується також відвідування вищим керівництвом компанії цих підприємств, проведення відповідних конкурсів з преміюванням, нагородженням найліпших працівників цінними призами, почесними відзнаками тощо.

2.3 Застосування АВС-аналізу для оцінки матеріальних запасів ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Важливими вимогами оптимізації постачання і розміщення матеріалів є мінімізація складських запасів та параметрів складів. У сфері управління запасами продукції є важливою інформація щодо вартісних характеристик асортименту товарів, яка може бути отримана в результаті застосування АВС-аналізу. Суть цього аналізу полягає у поділі всіх видів товарів, які

споживаються, на три підмножини: А, В, С на основі деякого формального алгоритму.

Алгоритм поділу запасів на підмножини може бути наступним. Визначається кількість замовлень, які поступили за встановлений період. Отримана сума ділиться на загальну кількість позицій у номенклатурі — отримаємо середню кількість заявок Р на одну позицію номенклатури. Ті матеріальні ресурси, кількість замовлень на які в шість і більше разів перевищує Р, включають у категорію А. До категорії С відносять матеріальні ресурси, кількість замовлень на які у двічі та більше разів менше Р, інші матеріальні ресурси відносять до категорії В. Графічна інтерпретація АВС-аналізу асортименту товарів наведена на рисунку 2.3.

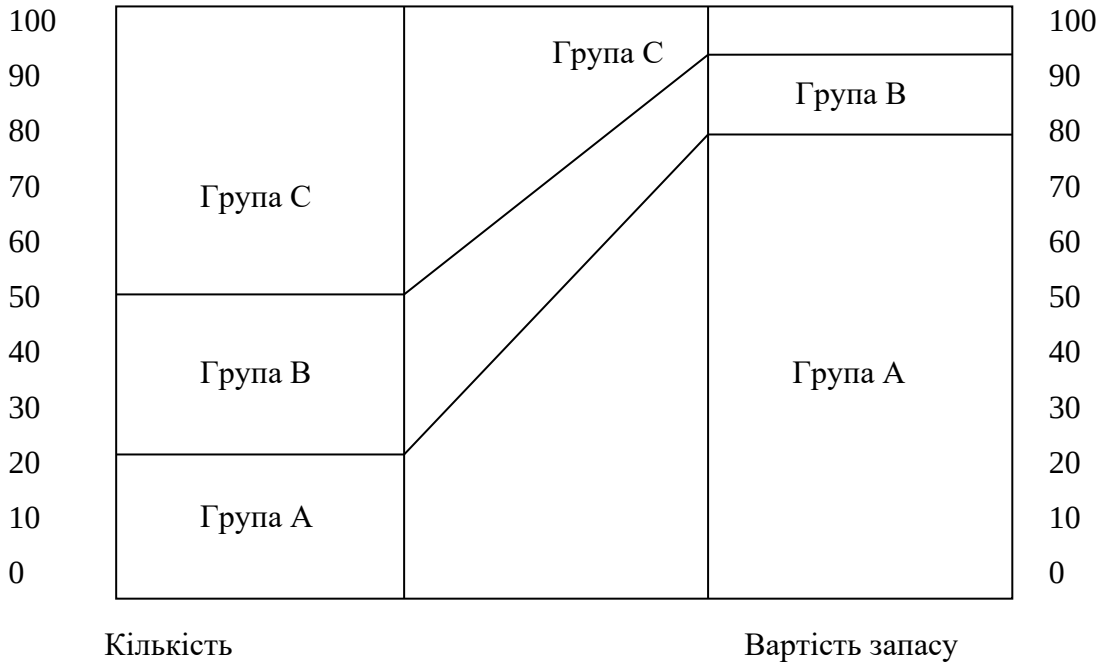


Рис. 2.3 - Графічна інтерпретація АВС-аналізу асортименту товарів

На основі такого поділу рекомендується перевагу надавати матеріальним ресурсам групи А. Відповідно до методу "АВС" оптимальний обсяг запасу визначається за аналітичним графіком. На осі ординат відкладається питома вага виду продукції в загальному обсязі матеріальних запасів, на осі абсцис — вартість запасів. Приймається до уваги, що заготівельні витрати залежать лише

від кількості замовлень та їх реалізації, а обсяг поставок на сумі таких видатків не відображається.

Іншим критерієм для " АВС-аналізу" є річний обсяг в грошових одиницях. Вимірюється річний попит кожної одиниці найменування запасу та множиться на ціну одиниці.

Клас А одиниць найменувань — це той на який припадає високий річний обсяг. Ці одиниці становлять лише біля 20% загального обсягу одиниць запасу, але 70-80% від загальної вартості запасів.

Клас одиниць В — це запас одиниць, які представляють біля 30% від загальної кількості найменувань та 15-25% загального обсягу в грошових одиницях.

Решта, з низьким обсягом витрат у грошових одиницях на рік утворюють клас С. Вони становлять 5% від річного обсягу витрат в грошових одиницях, але біля 50% назв від загальної кількості.

Політика, яка базується на АВС - аналізі включає наступне:

- придбання ресурсів у більш надійних постачальників по групі найменувань А, ніж по групі С;

- найменування групи А повинні підлягати ретельнішому фізичному контролю складування і по можливості розміщуватись у надійніших місцях, точність записів найменувань повинна підлягати частішим перевіркам;

- прогнозування потреб найменувань А-групи повинно здійснюватись ретельніше.

Процедура поділу асортименту за кількісно-вартісним методом АВС-аналізу така:

- розрахунок вартості витрат кожної позиції запасів в асортименті постачання;

- ранжування асортименту за вартістю витрат у порядку їх зменшення;

- розрахунок процентного вмісту кожної позиції підсумованої вартості витрат;

- поділ асортименту постачання на АВС- групи згідно з обмеженнями.

Віднесення до груп А, В та С здійснюється за розрахунковим показником:

$$V_j=(\Sigma C_{i,j} - \Sigma C_{i,j-1})/(\Sigma N_{i,j} - \Sigma N_{i,j-1}), \quad (2.1)$$

де С — частка за вартістю у загальній величині запасу; N — частка від загальної кількості запасу; індекси "j" і "j-1" — відповідно граничні значення показників двох суміжних груп (А і В, В і С).

Таблиця 2.3

Величина запасу ТОВ «Еколайф-Сервіс» на листопад 2024 року

Назва запасу	Величина запасу, тис. грн	Частка за вартістю у величині запасу, %	Частка за кількістю у величині запасу, %
Освіжувач повітря (система К1)	121,41	20,25	15,92
Рушники (система Н1 в рулонах)	198,27	33,07	10,72
Мило (система С1)	130,16	21,71	0,97
Корзина для сміття (система В1)	17,27	2,88	0,06
Аксесуари до вікон	7,61	1,27	0,01
Освіжувач повітря (система А1)	49,10	8,19	60,44
Мило (система Е1)	36,03	6,01	6,64
Покриття для унітазів	39,69	6,62	5,24
Всього	599,53	100,00	100,00

Інтервали цього показника відповідають:

- група А: $V_A>3$;
- група В: $0.7<=V_B<=3$;
- група С: $V_c<0.7$.

За даними таблиці 2.3 розрахуємо дані показники.

$V_l =(33,07-0)/(10,72-0)=3,08 >3$;

V_2=(54,78-0)/(11,69-0)=4,67 >3;

V_3=(75,03-54,78)/(27,61 -11,69)= 1,27 > 0,7;

V_4=(83,22-75,03)/(88,05-27,61)=0,13 < 0,7;

V_5=(89,84-75,03)/(93,29-27,61)=0,23 < 0,7;

V_6=0,29 < 0,7;

V_7=0,33 < 0,7.

Таблиця 2.4

Розподіл частин між групами А, В, С

Назва запасу	Величина запасу, тис.грн	Частка за вартістю у величині запасу,%		Частка за кількістю у величині запасу,%		Групи
		C_i	ΣC_i	N_i	ΣN_i	
Рушники (система Н1 в рулонах)	198,27	33,07	33,07	10,72	10,72	А
Мило (система С1)	130,16	21,71	54,78	0,97	11,69	А
Освіжувач повітря (система К1)	121,41	20,25	75,03	15,92	27,61	В
Освіжувач повітря (система А1)	49,10	8,19	83,22	60,44	88,05	В
Покриття для унітазів	39,69	6,62	89,84	5,24	93,29	С
Мило (система Е1)	36,03	6,01	95,85	6,64	99,93	С
Корзина для сміття (система В1)	17,27	2,88	98,73	0,06	99,99	С
Аксесуари до вікон	76,141	1,27	100,00	0,01	100,00	С

Рисунок 2.4 показує, що групу А формують 11,69% перших за вартістю позицій асортименту запасів. Сюди відносяться рушники (система Н1 в рулонах) та мило (система С1), визначаючи 54,78% просумованої вартості. Групу С (покриття для унітазів, мило (система Е1), корзина для сміття (система

B1), аксесуари до вікон)— відповідно 11,95% найменших за вартістю позицій асортименту запасів, визначаючи 16,88% просумованої вартості. Група В - освіжувач повітря (система А1), освіжувач повітря (система К1) - становить відповідно 76,36% за кількістю позицій та 28,44% за вартістю.

Розподіл імпортного асортименту компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» за групами А, В та С здійснено у таблиці 2.4.

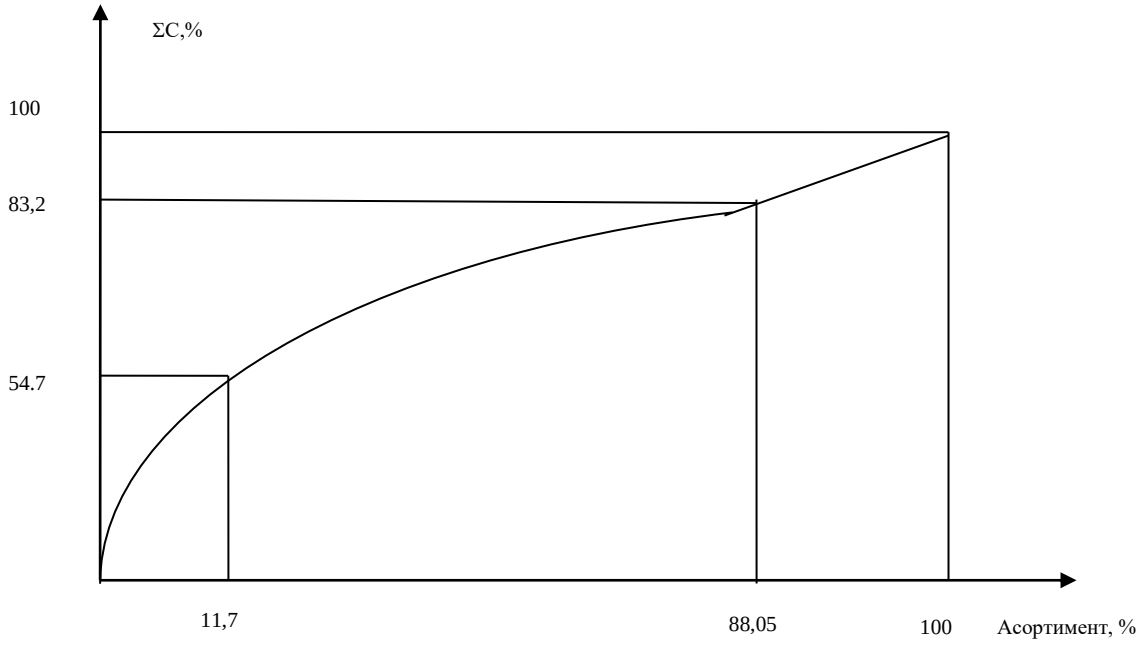


Рис. 2.4 - Графічна інтерпретація АВС-аналізу для матеріальних запасів ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Отже, до асортиментної групи А відносяться такі групи товарів: рушники (система Н1 в рулонах) та мило (система С1). Товари цієї групи, що характеризуються найвищою часткою вартості запасу за найнижчої кількісної частки, вимагають виняткової уваги та реалізації особливих процедур планування потреб, замовлення, управління запасами. Група А через велику вартість досить сильно впливає на витрати капіталу в постачанні, складуванні, тобто і на сумарні витрати капіталу. Група С через відносно низьку вартість

слабо впливає на величину авансового капіталу. Відповідно група С (покриття для унітазів, мило (система Е1), корзина для сміття (система В1), аксесуари до вікон), а в певних межах і група В (освіжувач повітря (система А1), освіжувач повітря (система К1)), не вимагає реалізації строгих підходів, характерних для групи А, і надає свободу у плануванні системи управління запасами.

Мінімізувати кількість пересування на складі за допомогою розподілу всього асортименту на групи, що потребують великої кількості пересувань, та групи, до яких звертаються достатньо рідко, можливо застосовуючи метод Парето. Товари групи А відносять до перших.

Як правило, товари групи А розміщувати необхідно у зручних, максимально наближених до зон відпуску місцях, вздовж так званих "гарячих" ліній. Товари, що мають менший попит (групи В та С) відсувають на "другий план" та розміщують вздовж "холодних" ліній.

Вздовж "гарячих" ліній можуть розміщуватись також великогабаритні товари та товари, що зберігаються без тари, адже їх переміщення пов'язано зі значними труднощами.

Актуальність завдання скорочення часу на переміщення по складу очевидна. її рішення полягає у виділенні на складі зони для зберігання резервного запасу та зони для зберігання товару, що відбирається.

Запаси, що відбираються розміщуються на нижніх ярусах стелажів.

Розподіл резервного та запасу, що відбирається може здійснюватись двома способами:

1) вертикальний розподіл — резервний запас знаходиться над тим, що відбирається;

2) горизонтальний розподіл — резервний та запас, що відбирається знаходяться в різних місцях складу.

Зону для зберігання запасу, що відбирається слід розподіл йти на "гарячу", максимально наближену до відправної експедиції, та "холодну" — решту частини складу, доступну для здійснення операції відбору.

При цьому склад, як елемент логістичної системи, повинен мати відповідні ознаки:

- цілісність і модульність — складається з окрім їх елементів: корпус, рампи, стелажі, проїзди і проходи, машини і устаткування тощо;

- зв'язки — між обладнанням постачання і відправлення є транспортно-технологічні зв'язки;

- організацію — конкретним чином упорядковані транспортно-технологічні зв'язки;

- інтегративні якості - сумарні ознаки складу, якими не володіє ні один із складових елементів.

Таким чином, здійснене у даному розділі дослідження свідчить про те, що реалізуючи функцію товароруху у своїй імпортній та збутовій діяльності, компанія ТОВ «Еколайф-Сервіс» широко застосовує сучасні науково обґрунтовані принципи організації та управління товарорухом, оптимальним чином використовуючи канали розподілу імпортної продукції. Подальше вдосконалення управління товарорухом для даного підприємства можна здійснити на основі застосування сучасних логістичних концепцій.

РОЗДІЛ 3
НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ТОВАРОРУХОМ ТОВ «ЕКОЛАЙФ-СЕРВІС» НА ОСНОВІ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ

3.1 Вдосконалення товароруху компанії-імпортера ТОВ «Еколайф-Сервіс» на основі логістичної концепції

Для того щоб оптимізувати свою логістичну діяльність ТОВ «Еколайф-Сервіс» необхідно провести відповідні маркетингові дослідження, а потім реорганізувати організаційну структуру відповідно концепції логістики.

Для вирішення цих завдань необхідні макросегментація та прогноз, а також проектування моделі логістичних процесів. При здійсненні макросегментації потрібно згрупувати споживачів за характером і обсягом логістичних послуг з обов'язковим урахуванням територіально-галузевих факторів. Дотримання вимог концепції логістики і зосередження ресурсів посередників на найбільш важливих напрямах логістичної діяльності обумовлює оптимізацію розподілу імпортного товару на внутрішньому ринку.

При об'єднанні споживачів за торговельними зонами і зонами обслуговування, а також платоспроможністю, визначаються вимоги споживачів до структури комплексу та інших факторів.

Наступним етапом є мікросегментація, коли розробляється тактика відповідних дій на ринку, узгоджується й коректується механізм виробництва й реалізації логістичних послуг.

На протязі своєї імпортної діяльності компанія ТОВ «Еколайф-Сервіс» набула широко досвіду у різноманітних видах логістики, у першу чергу у транспортній та складській логістиці. У складі компанії функціонує транспортний підрозділ, а також компанія має орендовані на тривалий термін складські приміщення. В умовах зростання обсягів імпорту та реалізації імпортованої продукції вітчизняним споживачам, що спостерігалися до 4

кварталу 2022 року функціонування цих підрозділів було економічно виправданим. В умовах падіння обсягів імпорту продукції з асортименту ТОВ «Еколайф-Сервіс» доцільно розглянути можливості диверсифікації ринкової діяльності компанії з точки зору надання логістичних послуг іншим підприємствам.

Порядок комплексної діяльності з формування й регулювання логістичного сервісу ТОВ «Еколайф-Сервіс» можна розглянути на схемі (рис. 3.1).

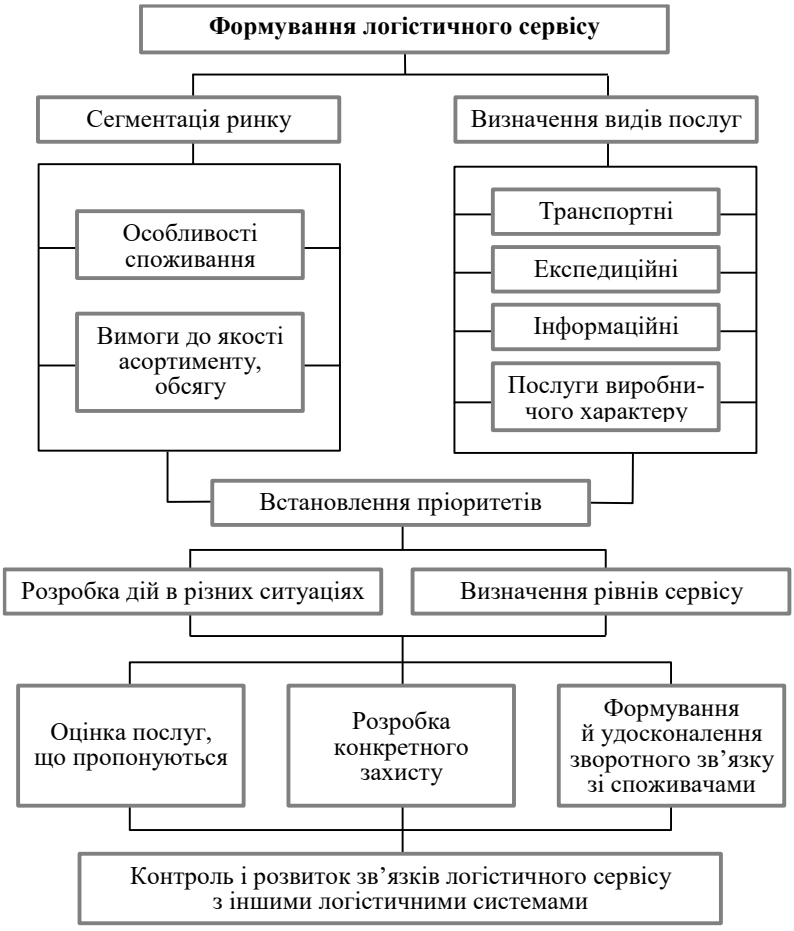


Рис. 3.1 – Рекомендований порядок формування логістичного сервісу ТОВ «Еколайф-Сервіс»

За кордоном використовують різні форми створення сервісних логістичних організацій. В деяких країнах поширена форма організації закупівель або розподілу, котра дає змогу постачальникам та споживачам

взаємодіяти у перевезеннях, користуванні складами або з іншими логістичними посередниками.

Відповідно до договірних умов транспортні компанії, склади загального використання та інші учасники процесу надають замовнику узгоджений раніше комплекс логістичних послуг (транспортування, експедиційне, інформаційне та інше обслуговування). При цьому постачальник зобов'язується віддавати в повне розпорядження замовника частину парку рухомого складу, складських приміщень, а також відповідного персоналу (коли це необхідно) на попередньо узгоджений час і за раніше узгодженою ціною. Строк такої угоди варіюється в межах від 2 до 5 років. За цим договором і створеною на його основі логістичною підсистемою відповідальність за ефективну експлуатацію отриманих у користування транспортних засобів, складських приміщень та інших логістичних потужностей, а також трудових ресурсів лягає на замовника.

Для вдосконалення діяльності логістичної підсистеми ТОВ «Еколайф-Сервіс» доцільно проаналізувати досвід функціонування таких підсистем у вітчизняних умовах. В Україні також створюються логістичні підсистеми сервісу. Це різні посередницькі фірми, котрі займаються транспортно-експедиційним обслуговуванням. Розвиток підсистем транспортно-експедиційного сервісу базується на вираховуванні і координації інтересів відправника, перевізника і отримувача через створення комплексних транспортно-експедиційних систем, технологічну маршрутизацію руху вантажних потоків, при котрих рухомий склад клієнтів транспорту використовується виходячи з правил кооперації.

Можна навести ряд прикладів ринкової діяльності компаній – імпортерів, що одночасно займаються наданням логістичних послуг іншим підприємствам та досвід яких може бути використаний у діяльності ТОВ «Еколайф-Сервіс».

Українсько-австрійське спільне підприємство «Термінал-Етрансиліски», котрий співпрацює з Українським державним центром транспортного сервісу, надає послуги з вантажно-розвантажувальних робіт, збереження митного вантажу в режимі митного складу — до трьох років, зберігає немитний вантаж,

комплектує вантаж на замовлення клієнта, виконує роботи із сортування, пакетування, доставки вантажу клієнту. На терміналі також проводиться комп'ютерний облік руху товару за номенклатурою, видача довідкової інформації. Підприємство відправляє вантажі залізницею, автотранспортом, надаються послуги з доставки вантажів у Білорусь, Чехію, Австрію, Польщу. Можна отримати послуги митного брокера з декларування товару, надання допомоги у розробці документації, необхідної для митного оформлення та ін.

ОАО «KYIVZOVNISHTRANS» і фірма КТТ-інформ, розробляють програмний комплекс «AutoSpedition». Цей комплекс вирішує питання формування транспортного замовлення і відправлення його перевізнику, формування документа «Інвойс» і відправлення його замовнику. Аналізуються рейси за такими параметрами: дата завантаження, дата розвантаження, дата отримання CMR, дата розрахунків за перевезення. Документи складаються українською та англійською мовами. Комп'ютеризовані всі фінансові операції.

На організацію посередницької логістики впливають і форми власності підприємств комерційного посередництва.

За винятком технологічної структури, може скластися уява, що форми організації торговельної логістики і форми організації торгівлі сходяться. Ідентичність форм логістики і торгівлі зовсім не є очевидною тому що специфіку форм організації торговельної логістики можна відшукати лише у межах певних форм торгівлі. Більш суттєвою відмінність між торгівлею і логістикою стає тоді, коли досліджуються логістичні операції торгівлі.

Принципова блок-схема організації торговельної логістики ТОВ «Еколайф-Сервіс» передбачає таку послідовність логістичних операцій:

1) планування закупівель товарів для наступного перепродажу. Для цього потрібно знати платоспроможний попит покупців і мати необхідні ресурси для задоволення виявленого попиту;

2) вибір форм організації закупівель. Ефективність торговельної логістики багато в чому залежить від наявності альтернатив у плануванні й організації закупівель;

3) організація закупівель товарів для наступного перепродажу. Бажано дотримуватись затвердженого плану й оптимальних форм організації закупівель, оперативно реагуючи на зміни зовнішнього і внутрішнього середовища торговельної логістики;

4) вибір форм управління запасами ТОВ «Еколайф-Сервіс». Можливі варіації політики підприємства комерційного посередництва у галузі управління запасами. Ефективною визнається така політика, за якою максимум надійності поставок товарів споживачам забезпечується при наявності мінімуму товарного запасу;

5) управління запасами товарів. Сукупність заходів з управління товарними запасами передбачає підтримання їх на оптимальному рівні. Крім того, дана логістична операція містить все, що пов’язано зі складською переробкою товарів, аж до викладення їх на полиці магазинів чи на спеціальні стенди;

6) вибір форм організації поставок ТОВ «Еколайф-Сервіс». Головним напрямом діяльності комерційних посередників є продаж (поставка) товарів споживачам. Різноманітність способів продажу (поставок) дає змогу встановити придатний для кожного покупця варіант, що буде вигідним і підприємству комерційного посередництва;

7) планування і організація поставок товарів споживачам ТОВ «Еколайф-Сервіс». План поставок має бути збалансованим за ресурсами (фінансовими і трудовими), за технологією товароруху, за контрагентами та іншими елементами;

8) вибір форм обслуговування споживачів ТОВ «Еколайф-Сервіс». Торговельна логістика набуває досконалих форм, коли передбачає не тільки закупівельну та постачальницьку діяльність, а й максимально можливий комплекс послуг, пов’язаних з фізичним переміщенням товарів і підготовкою їх до споживання. При виборі форм обслуговування споживачів необхідно керуватися принципом оптимальної достатності, суть якого полягає у тому, що та чи інша послуга взаємовигідна як посереднику, так і покупцю;

9) організація обслуговування споживачів ТОВ «Еколайф-Сервіс». Після обрання послуги має бути розроблена технологія її надання і створені необхідні організаційно-економічні передумови. За певних умов (наприклад, розширення сфери комерційного посередництва) сама торгівля може бути доповненням системи обслуговування, як це ми вже спостерігаємо на практиці, коли підприємства сфери послуг займаються торговельно-посередницькою діяльністю.

Основні принципові відмінності логістичної організації торгівлі від традиційної — це потенційна можливість одержання ефекту інтеграції зусиль всіх учасників процесу фізичного переміщення товарів у сфері комерційного посередництва.

3.2 Вибір оптимального місця розташування розподільчого складу компанії

Завдання розміщення розподільчого центру є актуальним для кожної великої виробничої або посередницької компанії з розгалуженою мережею магазинів або філіалів. Для компанії, що займається не тільки реалізацією імпортних товарів, але й наданням логістичних послуг, можливості чого для компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» розглянуто у підрозділі 3.1, перспективним шляхом підвищення її ефективності є оптимізація розміщення розподільчого центру.

На практиці використовується дві альтернативи розміщення складів та їх кількості — центральна система складів та децентралізована система. Централізована (локалізована) система включає в себе один великий центральний склад, де накопичується основна частина запасів, а філіальні склади, роль яких можуть виконувати не лише власні, але й склади загального користування, будуть розміщуватись в місцях збуту. В децентралізованій системі основна частина запасів концентрується в мережі складів, розміщених в різних регіонах у безпосередній близькості до споживача.

Завдання розміщення розподільчого центру стає актуальним за наявності розвинутої транспортної мережі. Воно може формулюватись як пошук оптимального рішення, або ж як пошук субоптимального (близького до оптимального) рішення. Наукою та практикою вироблені різноманітні методи рішення обох видів: метод повного перебору; евристичні методи; метод пробної точки; метод визначення центра ваги фізичної моделі системи розподілу тощо. У даній ситуації обираємо останній метод.

Задача визначення точки території, яка відповідає центру ваги фізичної моделі системи розподілу, може бути розв'язана за допомогою математичних формул. На карту району обслуговування наносяться координатні осі та знаходяться координати точок, в яких розміщені споживачі матеріального потоку та вкажемо їх вантажооборот.

Координати центру ваги вантажних потоків ($x_{опт}$;$y_{опт}$), тобто точки, в якій може бути розміщений розподільчий склад, визначаються за формулами:

$$X_{опт} = \frac{\sum_{i=1}^{n} T_i \times X_i}{\sum T_i} \quad (3.1)$$

$$Y_{опт} = \frac{\sum_{i=1}^{n} T_i \times Y_i}{\sum T_i} \quad (3.2)$$

де Т — вантажооборот і-ого споживача;

Хі, Уі — координати і-ого споживача.

Точка території, що забезпечує мінімум транспортної роботи по доставці, в загальному випадку не співпадає з отриманим центром ваги, але, здебільшого, знаходиться десь поблизу. Підібрати прийнятне місце для складу дозволить наступний аналіз можливих місць розміщення в околицях отриманого центру ваги.

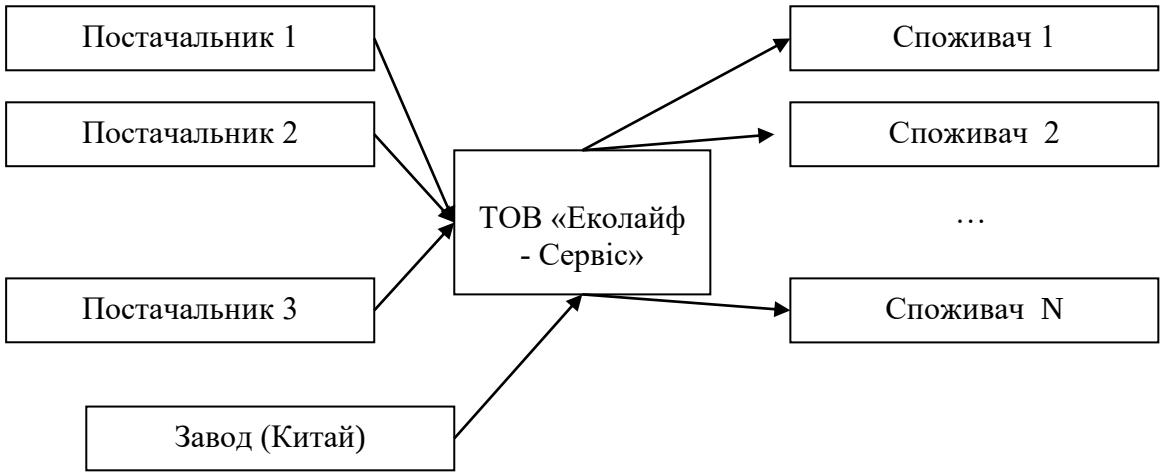


Рис. 3.1 - Структура системи товароруху продукції, що імпортована ТОВ «Еколайф - Сервіс»

Даним методом визначимо місце розміщення розподільчого центру (складу) для ТОВ «Еколайф-Сервіс». Продукція, що надходить на ТОВ «Еколайф-Сервіс» від закордонних постачальників зберігається на складах у місті Запоріжжі, далі із отриманням замовлення вона транспортується автомобільним транспортом по районам міста Запоріжжя, де знаходяться магазини – основні споживачі даного підприємства (рис. 3.2).

З метою мінімізації транспортних витрат визначимо оптимальне місце розміщення головного складу — розподільчого центру, з якого можливо було б розвозити продукцію, що імпортована ТОВ «Еколайф-Сервіс» по торгівельним підприємствам, що є клієнтами компанії.

Отже, на карту м. Запоріжжя наносяться координатні осі та визначаються координати точок, в яких знаходяться клієнти ТОВ «Еколайф-Сервіс». У процесі визначення оптимального місця розташування центрального складу компанії необхідно врахувати також товарообороті її споживачів (табл. 3.1).

За формулами визначаємо відповідно координати $X_{опт}$ та $Y_{опт}$ місця розміщення розподільчого центру:

$$X_{опт} = 606934/51574,5=11,8;$$

$$У_{опт} =486235/51574,5=9,4.$$

Таблиця 3.1

Допоміжні розрахунки для визначення координат центрального складу імпортної продукції компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс»

Споживач	Товарооборот за рік, тис грн	X	Y	XxT	YxT
ТОВ «Маркет Плаза»	23177,6	12,6	11.3	292038	261907
ПП «Вега»	8757,35	4,5	10,9	39408,1	95455,1
ТОВ «Альта»	4265,21	12,6	4,2	53741,7	17913,9
ПП «СіВіЗ»	3770,1	17	1,4	64091,6	5278,13
ТОВ «Руна»	3223,41	21,7	7,1	69947,9	22886,2
ЗАТ «Старт»	1490,5	19,6	10,4	29213,9	15501,2
ТОВ «МДН»	1423,46	7,2	11,9	10248,9	16939,1
ПП «Січ А»	948,971	8	9,7	7591,77	9205,02
ТОВ «Світоч ЗП»	892,239	18	7,6	16060,3	6781,02
ПП «Довіра»	799,405	2	8,9	1598,81	7114,7
ПП «Петраков»	747,83	5	9	3739,15	6730,47
ПП «Водограй»	722,043	14,4	9,4	10397,4	6787,2
ЗАТ «Комета»	691,098	6,2	12,3	4284,81	8500,51
ТОВ «Дін»	649,839	6,6	7,9	4288,94	5133,73
ТОВ «Ліра»	15,472	18,3	6,6	283,138	102,115
Всього	51574,5	-	-	606934	486235

Отже, точка С (11,8;9,4) забезпечує мінімум транспортного навантаження по доставці продукції, що імпортована ТОВ «Еколайф-Сервіс» до споживачів – підприємств роздрібної торгівлі.

Але також існує ряд факторів, які необхідно враховувати вибираючи ділянки під розподільчий центр вже після того, як рішення про географічне місце розташування центру прийнято.

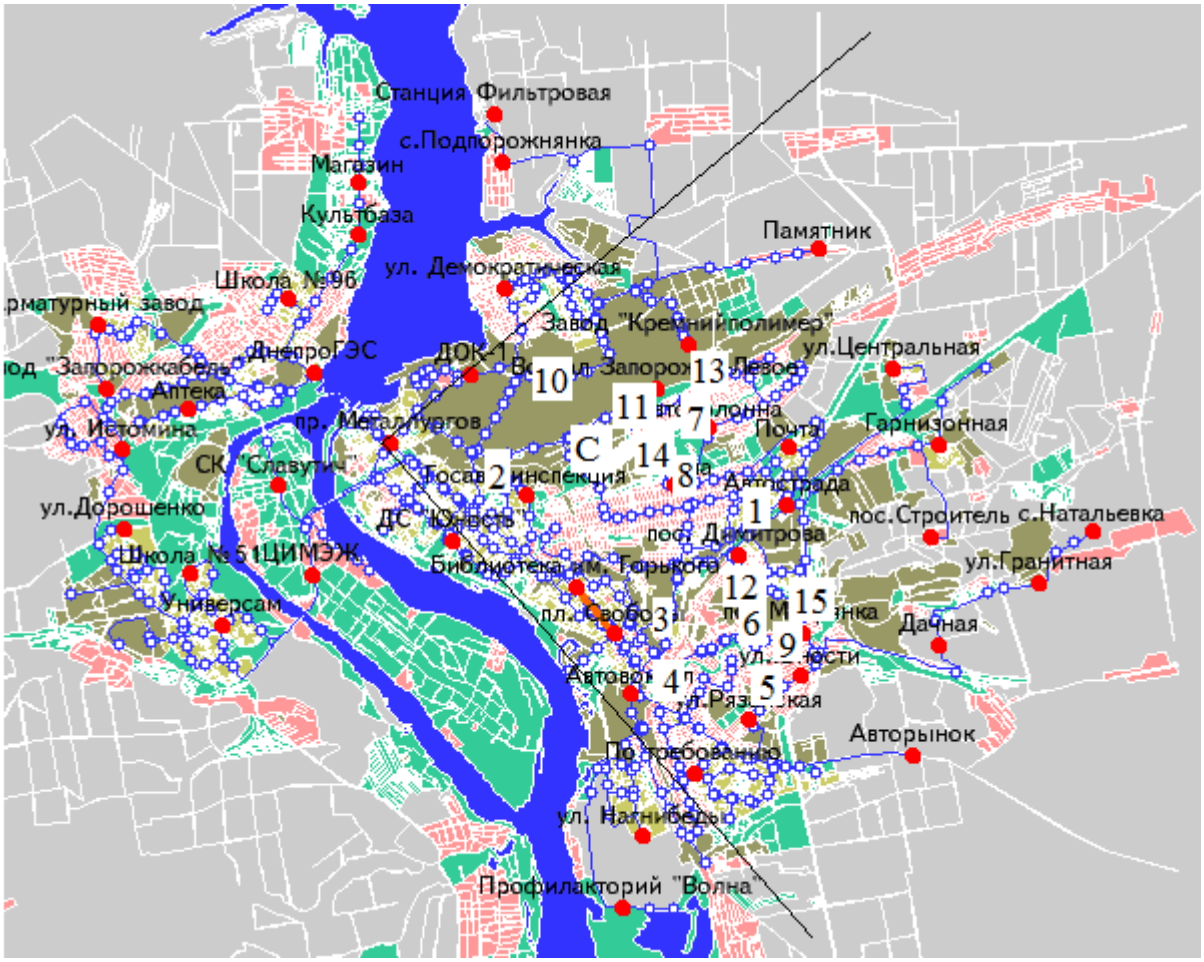


Рис. 3.2 – Розташування підприємств – споживачів та проектованого центрального складу компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс»

1. Розміри та конфігурація ділянки. Велика кількість транспортних засобів, які обслуговують вхідні та вихідні матеріальні потоки, потребують достатньої площі для паркування, маневрування та проїзду. Відсутність таких площ призведе до затримок, втрат часу клієнтів. Необхідно взяти до уваги вимоги, які ставляться службами пожежної безпеки: до складів, на випадок пожежі, повинен бути вільний проїзд пожежної техніки.

Будь-який розподільчий центр, являючись елементом логістичної системи, в свою чергу, сам перетворюється у складну систему. Складські приміщення розподільчого центру — тільки один з елементів цієї системи. Для ефективного функціонування розподільчого центру на відведеній для нього ділянці необхідно організувати функціонування всіх елементів, адже

недооцінка будь-якого з них може негативно відобразитись на роботі всього центру. На виділеній території необхідно розмістити:

- адміністративно-побутові приміщення, які включають центральний офіс, їдальню, санітарно-побутові приміщення для робочих;

- пост охорони;

- пристрої для збору та відбору відходів.

2. Транспортна доступність місцевості. Вагомою складовою витрат функціонування будь-якого розподільчого центру є транспортні видатки. Тому при виборі місця розташування складу необхідно оцінити шляхи, що ведуть до нього, ознайомитись з планами місцевої адміністрації щодо розширення мережі шляхів. Перевагу необхідно надавати ділянкам, розміщеним на головних трасах. Крім цього, вивчення потребує оснащеність території іншими видами транспорту, в тому числі і громадського, від якого істотно залежить доступність розподільчого центру, як для власного персоналу, так і для клієнтів.

3. Плани місцевої влади. Вибираючи ділянку, необхідно ознайомитись з планами місцевої адміністрації щодо використання прилягаючих територій та впевнитись у відсутності факторів, які у майбутньому могли б спричинити негативний вплив на розвиток розподільчого центру.

Крім перелічених факторів при виборі конкретної ділянки під розподільчий центр, необхідно ознайомитись з особливостями місцевого законодавства, проаналізувати витрати на освоєння території, оцінити будівлі, що знаходяться на ділянці, врахувати можливість залучення місцевих інвестицій, ознайомитись з ситуацією на місцевому ринку робочої сили.

4. Місцеве законодавство. Необхідно врахувати місцеві правила будування, безпеки, висоту будівель, обмеження на типи будівель та, можливо, інші фактори.

5. Будівельні фактори. Слід врахувати загальноприйняті стандарти для аналогічних споруд, тобто віддаль між будівлями, під'їзд до них тощо.

Виконання функцій складів є об'єктивно необхідним для даного підприємства, а організація та утримання складського господарства, яке забезпечувало б їх реалізацію, вимагає значних капіталовкладень. У зв'язку з цим, необхідно критично проаналізувати стан та розташування мережі діючих та запланованих складів, можливість їх подальшого використання, розглянути прогнози розмірів, структури та інтенсивності вантажопотоків у сфері обігу та інші фактори, що впливають на прийняття рішень щодо розвитку необхідної складської мережі.

Основні рішення, які повинні бути прийнятими внаслідок цього аналізу, стосуються таких напрямків:

- визначення необхідної кількості і потужностей складів різних темпів для опрацювання вантажопотоків прогнозованих розмірів та інтенсивності;

- визначення місць дислокації конкретних складів на території регіону;

- вибір системи складування і опрацювання вантажів, оптимізація технологій та технічного оснащення кожного складу;

- розробка схем технологічного планування, проектування складів та оптимізація використання складських об'ємів тощо.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У першому розділі дипломної роботи визначено сутність та особливості застосування сучасної логістичної концепції у процесі управління товарорухом для посередницьких фірм, що є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності. Визначено рівні логістичних систем та процесів, що реалізуються у зовнішньоекономічній діяльності посередницьких компаній. Досліджено також особливості реалізації логістичних процесів у посередницьких фірмах і роль сучасної логістичної системи у забезпеченні конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному та зарубіжних ринках.

Торгівля як форма комерційного посередництва є процесом перепродажу товарів на умовах, максимально наближених до потреб товаровиробників (продавців) і споживачів (покупців). Процес торгівлі як такий переважно зводиться до фізичного переміщення товарів зі сфери виробництва у сферу споживання. Товарорух є діяльністю з планування, втілення в життя і контролю за фізичним переміщенням матеріалів та готових виробів з місць їх виникнення до місць використання з метою задоволення потреб споживачів та з вигодою для себе.

Значна роль в організації товароруху належить компаніям - посередникам, до яких відноситься об'єкт дослідження даної дипломної роботи – ТОВ «Еколайф-Сервіс».

Посередницькі організації можуть органічно сполучати закупівлю й організацію товарів із забезпеченням їх фізичного руху, складування і перевезення. Це можна рівною мірою віднести до діяльності як комерційно-посередницьких фірм у сфері матеріально-технічного забезпечення, так і посередників на оптових ринках промислових і споживачів товарів.

Удосконалення організації товароруху на основі розвитку логістичної діяльності посередників сприяє вирішенню двоєдиного завдання: підвищенню ефективності ринкової інфраструктури, економії фінансових і матеріальних

ресурсів, підсиленню ролі і впливу посередницьких організацій на процеси товароруху. Розвиток посередницьких послуг у сфері товарообороту має бути взаємопов'язаний з формуванням спеціалізованих організацій.

Таким чином, вдосконалення реалізації функції товароруху для компанії посередника можливе за рахунок впровадження у практику її діяльності концепції логістики, тобто сучасної системи методів раціоналізації господарської діяльності шляхом оптимізації товарно-матеріальних потоків.

Компанія ТОВ «Еколайф-Сервіс» є імпортером гігієнічної продукції для організацій та офісів, а також багатоцільових миючих засобів, засобів для очищення скла, кераміки, нержавіючої сталі та інших засобів побутової хімії.

ТОВ «Еколайф-Сервіс» діє на ринку Запорізького регіону з 2001 року. За час своєї ринкової діяльності воно набуло репутації надійного та перевіреного постачальника сучасних засобів побутової хімії, що забезпечує якісні постачання імпортованого товару у обумовлені контрактами терміни.

Основними зарубіжними партнерами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є відомі виробники засобів побутової хімії з Туреччини, Польщі, Німеччини, Чехії, Китаю та інших країн.

Ринкова діяльність компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» з реалізації на вітчизняному ринку імпортних засобів побутової хімії та гігієнічної продукції для організацій та офісів відзначалась до кінця 2022 року стійкою тенденцією до зростання. На протязі 2018 – 2022 років середній темп зростання обсягів імпорту продукції компанією ТОВ «Еколайф-Сервіс» становив близько 1,27, тобто у середньому обсяги імпорту зростали щорічно на 27%.

Суттєво вплинула на ефективність імпортної діяльності компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» світова фінансово-економічна криза, а також несприятлива динаміка курсу гривні. Дія цих факторів спричинила значне зростання цін на імпортовану продукцію гігієнічного призначення на вітчизняному ринку. Враховуючи наявність конкуренції за рядом позицій імпортного асортименту ТОВ «Еколайф-Сервіс», це суттєво знижує її конкурентоспроможність на внутрішньому ринку, що виразилося у зменшенні середньої рентабельності

імпорту даних видів продукції за 4 квартал 2022 та 1 квартал 2009 р.р. на 29%. Враховуючи зменшення платоспроможного попиту вітчизняних споживачів, компанія ТОВ «Еколайф Сервіс» не може реагувати на несприятливі зміни зовнішнього середовища шляхом адекватного підвищення цін на імпортовану продукцію, тому першочергового значення набуває вирішення завдання мінімізації збутових витрат компанії, пов'язаних з оптимізацією її товароруху.

Основними торгівельними партнерами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» на ринку Запорізького регіону є такі дрібнооптові склади та підприємства роздрібної торгівлі м. Запоріжжя, як: ТОВ «Маркет Плаза», ПП «Вега», ТОВ «Альта», ПП «СіВіЗ», ТОВ «Руна», ЗАТ «Старт», ТОВ «МДН», ПП «Січ А», ТОВ «Світоч ЗП», ПП «Довіра» та інші, крім того, клієнтами компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є такі відомі промислові підприємства міста як ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Дніпроспецсталь», ЗТМК та інші.

Процес управління товарорухом компанії – імпортера ТОВ «Еколайф - Сервіс» передбачає діяльність з організації, планування, реалізації та контролю за фізичним переміщенням імпортованої продукції, до якої відносяться рушники (система Н1 в рулонах), мило (система С1), освіжувач повітря (система К1), освіжувач повітря (система А1), покриття для унітазів, мило (система Е1), аксесуари до вікон тощо від закордонних виробників до місць споживання з метою задоволення потреб споживачів і досягнення власних цілей.

Функціонування системи товароруху компанії ТОВ «Еколайф -Сервіс» дозволяє забезпечити імпортні постачання високоякісної продукції гігієнічного призначення для корпоративних споживачів та фізичних осіб, здійснювати сервісне обслуговування споживачів, вивчати, генерувати і задовольняти їх попит.

Маркетингова політика розподілу ТОВ «Еколайф -Сервіс» полягає в забезпеченні: своєчасного пропонування товару, надходження товарів до місць попиту, змін форми і вигляду товарів з метою досягнення їх більшої

привабливості для споживачів, можливості придбання імпортних товарів гігієнічного призначення.

Складовими елементами каналів розподілу імпортної продукції компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» є дрібнооптові склади та підприємства роздрібної торгівлі, що діють у Запорізькому регіоні. Вони виступають у ролі посередників для забезпечення імпортною продукцією гігієнічного призначення споживачів – фізичних осіб.

З метою визначення найбільш важливих з точки зору обсягів товарообороту товарних позицій асортименту компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс» у дипломній роботі виконано його АВС аналіз. Результати АВС аналізу дозволяють виділити товарні групи, у відношенні яких ТОВ «Еколайф-Сервіс» повинна оптимізувати політику розподілу у першу чергу. Ці результати можуть бути використані при плануванні каналів збуту.

Групу А формують 11,69% перших за вартістю позицій асортименту запасів. Сюди відносяться рушники (система Н1 в рулонах) та мило (система С1), визначаючи 54,78% просумованої вартості. Групу С (покриття для унітазів, мило (система Е1), корзина для сміття (система В1), аксесуари до вікон)— відповідно 11,95% найменших за вартістю позицій асортименту запасів, визначаючи 16,88% просумованої вартості. Група В - освіжувач повітря (система А1), освіжувач повітря (система К1) - становить відповідно 76,36% за кількістю позицій та 28,44% за вартістю.

На протязі своєї імпортної діяльності компанія ТОВ «Еколайф-Сервіс» набула широко досвіду у різноманітних видах логістики, у першу чергу у транспортній та складській логістиці. У складі компанії функціонує транспортний підрозділ, а також компанія має орендовані на тривалий термін складські приміщення. В умовах зростання обсягів імпорту та реалізації імпортованої продукції вітчизняним споживачам, що спостерігалися до 4 кварталу 2022 року функціонування цих підрозділів було економічно виправданим. В умовах падіння обсягів імпорту продукції з асортименту ТОВ «Еколайф-Сервіс» доцільно розглянути можливості диверсифікації ринкової

діяльності компанії з точки зору надання логістичних послуг іншим підприємствам.

У дипломній роботі вирішено важливе завдання оптимізації логістики товароруху для компанії ТОВ «Еколайф-Сервіс», а саме завдання розміщення розподільчого центру, що є актуальним для кожної великої виробничої або посередницької компанії з розгалуженою мережею магазинів або філіалів, що є споживачами її продукції, що дозволить мінімізувати транспортні витрати компанії та підвищити ефективність її діяльності з надання логістичних послуг іншим підприємствам. У роботі визначено оптимальне місце розміщення головного складу — розподільчого центру, з якого найбільш доцільно б розвозити продукцію, що імпортована ТОВ «Еколайф-Сервіс» по торгівельним підприємствам, що є клієнтами компанії.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Агєєв, Є. Я. Закупівельна логістика [Текст] : матеріально-технічне постачання підприємства : навч. посіб. / Є. Я. Агєєв, М. Л. Заєв, С. В. Піча ; МОН України. – Львів : Новий Світ-2000, 2019. – 390 с.

2. Агєєв, Є. Я. Закупівельна логістика [Текст] : навч. посіб. / Є. Я. Агєєв, М. Л. Заєв, С. В. Піча. – Львів : Новий Світ-2000, 2019. – С. 384-713.

3. Логістика [Текст] : навч. посіб. / Л. С. Безугла, Н. І. Юрченко, Т. В. Ільченко [та ін.]. – Дніпро : Пороги, 2021. – 252 с

4. Бехтер, Лілія Анатоліївна Логістика [Текст] : конспект лекцій для здобувачів ступеня вищ. освіти бакалавра спец. "Маркетинг" освіт.-проф. програми "Маркетинг" / Лілія Анатоліївна Бехтер. – Запоріжжя : ЗНУ, 2021. – 110 с. – 48.55.

5. Бехтер, Лілія Анатоліївна Логістика [Текст] : метод. рек. до практ. занять для здобувачів ступеня вищ. освіти бакалавра спец. "Маркетинг" освіт.-проф. програми "Маркетинг" / Лілія Анатоліївна Бехтер. – Запоріжжя : ЗНУ, 2021. – 44 с.

6. Боровик, Ю. Т. Транспортна логістика та сучасні складскі технології [Текст] / Ю. Т. Боровик, Х. О. Василенко // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2019. – № 66. – С. 69-76.

7. Гатило, В. П. Логістика в умовах цифровізації: логістичний ланцюг та функціональні області [Текст] / В. П. Гатило, І. О. Шевченко // Часопис економічних реформ. – 2024. – № 1(53). – С. 78-85.

8. Герасимова, Л. М. Логістика та підвищення конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Л. М. Герасимова, О. А. Зеленіна // Економіка. Фінанси. Право. – 2021. – № 6/2. – С. 14-20.

9. Головкін, В. Логістика України в умовах воєнного стану [Текст] / В. Головкін, В. Шишкін // Проблеми управління економічним потенціалом регіонів : зб. тез доп. Всеукраїнської наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя, 31

жовтня 2023 р.) / відп. за вип. О. М. Олійник. – Запоріжжя : ЗНУ, 2023. – С. 90-91.

10. Гоменюк, М. О. Соціальна логістика та ефективність використання механізмів співробітництва сільських територіальних громад [Текст] / М. О. Гоменюк, Н. О. Петренко, А. В. Мовчанюк // Економіка та держава. – 2022. – № 2. – С. 56-62.

11. Гринів, Н. Гуманітарна логістика як інструмент трансформації логістичних потоків в умовах воєнного часу [Текст] / Н. Гринів // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 56. – [6 с.]. – Бібліогр.: 8 назв.

12. Іванов, Р. В. Логістика та домашні господарства [Текст] / Р. В. Іванов, К. Р. Іванов // Бізнес інформ. – 2019. – № 1. – С. 34-39.

13. Логістика управління в сучасному медичному закладі: основні механізми організації [Текст] / А. В. Коломоєць, В. М. Михальчук, О. К. Толстанов, З. В. Гбур // Український журнал медицини, біології та спорту. – 2020. – Т. 5, № 5. – С. 204-211. – Бібліогр.: 13 назв.

14. Колот, О. Логістика промислових підприємств під час воєнного стану [Текст] / О. Колот // Проблеми і перспективи економіки та управління. – 2023. – № 4(36). – С. 174-182. – Бібліогр.: 13 назв.

15. Корюгін, А. В. Логістика як чинник забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства [Текст] / А. В. Корюгін, М. О. Рябов // Перспективи сталого розвитку в умовах глобалізації в економічному, управлінському та інженерному аспектах : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (3-4 листопада 2022 р., Запоріжжя) / за ред.: А. П. Макаренка, Т. О. Меліхової. – Запоріжжя : ЗНУ, 2022. – С. 55-57.

16. Кравченко, О. М. Логістика морського транспорту [Текст] / О. М. Кравченко, К. О. Лихащенко, О. Д. Бєлобров // Економіка. Фінанси. Право. – 2020. – № 5/3. – С. 20-23. – Бібліогр.: 9 назв.

17. Кривов'язюк, І. В. Соціальна логістика і розвиток об'єднаних територіальних громад: точки дотику та особливості управління [Текст] / І. В.

Кривов'язюк, Ю. В. Волинчук // Економічні науки. Серія: Регіональна економіка. – 2020. – Вип. 17(67). – С. 124-137.

18. Кустріч, Л. О. Логістика та інновації: концепція, стратегія управління та взаємодія [Текст] / Л. О. Кустріч, М. О. Гоменюк // Бізнес інформ. – 2021. – № 1. – С. 89-96.

19. Логістика та міжнародна торгівля України в умовах війни [Текст] / Ю. Б. Кушнір, М. М. Блага, М. В. Поп, Ю. В. Поп // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: Економіка. – 2023. – Вип. 1(61). – С. 23-25. – Бібліогр.: 7 назв.

20. Лісовський, П. М. Спецслужби держав світу: ентропія, балістика, логістика [Текст] : навч. посіб. / П. М. Лісовський, С. А. Подоляка, П. ЛісовськаЮ. – Київ : Кондор, 2019. – 212 с.

21. Марченко, В. М. Логістика [Текст] : підручник / В. М. Марченко, В. В. Шутюк. – 2-ге вид., допов. – Київ : НУХТ, 2022. – 334 с. – ISBN 978-617-8043-38-4.

22. Ніколаєвська, А. О. Логістика електронної комерції: стан та перспективи розвитку в Україні [Текст] / А. О. Ніколаєвська, О. А. Онищенко // Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. (Запоріжжя, 12-13 лютого 2020 року) : у 2 ч. / редкол: О. Г. Бондар, Г. М. Васильчук, Д. А. Антонюк [та ін.] ; МОН України ЗНУ [та ін.]. – Запоріжжя : ЗНУ, 2020. – Ч. 2. – С. 332-334. – Бібліогр.: 3 назв.

23. Ніколюк, О. В. Логістика функціональних областей: теоретичні підходи [Текст] / О. В. Ніколюк, К. Ю. Соколюк, Л. І. Димбовська // Економіка харчової промисловості. – 2021. – Т. 13, Вип. 4. – С. 34-40. – Бібліогр.: 10 назв.

24. Павлюк, Тетяна Сергіївна Методичні рекомендації до написання та оформлення кваліфікаційної роботи магістра для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальності "Менеджмент" освітньо-професійних програм "Менеджмент організацій і адміністрування", "Логістика" [Текст] / Тетяна

Сергіївна Павлюк, Юлія Ігорівна Полусмяк, Віктор Олександрович Шишкін. – Запоріжжя : ЗНУ, 2023. – 71 с.

25. Пістунов, І. М. Логістика зважувань: до питання точності визначення ваги транспортованого товару [Текст] / І. М. Пістунов, О. Ю. Приходченко // Економічний вісник Дніпровської політехніки. – 2023. – № 4. – С. 96-103.

26. Полулященко, Ю. М. Логістика підготовки учителя з фізичної культури до формування патріотичних цінностей у молоді [Текст] / Ю. М. Полулященко, Г. В. Толчєва, В. Г. Саєнко // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 5: Педагогічні науки: реалії та перспективи. – 2019. – Вип. 67. – С. 209-213. – Бібліогр.: 22 назв.

27. Приймак, Н. С. Реверсивна логістика як інструмент акумулювання стратегічних можливостей бізнесу [Текст] / Н. С. Приймак // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. – 2024. – № 1(80). – С. 41-48.

28. Прочан, А. О. Логістика в туризмі: виклики та перспективи розвитку в сучасному світі [Текст] / А. О. Прочан // Бізнес інформ. – 2023. – № 3. – С. 58-62.

29. Решетнікова, О. В. Логістика як чинник забезпечення конкурентоспроможності України у сфері зовнішньоекономічної діяльності [Текст] / О. В. Решетнікова, В. І. Даниленко, Т. В. Боровик // Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка. – 2021. – Т. 26, Вип. 1(86). – С. 66-71.

30. Рожко, В. І. Маркетингова логістика в електронній торгівлі [Текст] / В. І. Рожко, Д. Ю. Татарко // Бізнес інформ. – 2023. – № 12. – С. 439-446.

31. Скіцько, В. І. Логістика 5.0: синергія штучного інтелекту та людини в контексті сталого розвитку [Текст] / В. І. Скіцько // Бізнес інформ. – 2023. – № 11. – С. 174-179.

32. Смирнов, І. Г. Логістика круїзної подорожі як чинник виходу з кризи, пов'язаної з пандемією коронавірусу COVID-19 [Текст] / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2020. – Вип. 56. – С. 3-14. – Бібліогр.: 15 назв.

33. Смирнов, І. Г. Логістика урботуризму в умовах "Овертуризму" [Текст] / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2019. – Вип. 48. – С. 13-32. – Бібліогр.: 7 назв.

34. Особливості технологій обслуговування туризму в EVENT-менеджменті: екополітика, логістика, маркетинг у інфраструктурно-ресурсному та анімаційному плануванні події [Текст] / К. В. Трухачова, Н. А. Власенко, О. Є. Воскресенська [та ін.] // Вісник Херсонського національного технічного університету. – 2021. – № 4. – С. 231-239.

35. Чуприна, О. Гуманітарна логістика: особливості розвитку в сучасних реаліях [Текст] / О. Чуприна, Е. Колосок, О. Григоренко // Економіка та суспільство. – 2023. – Вип. 58. – [8 с.]. – Бібліогр.: 14 назв.

36. Шевчук, А. Л. Логістика як компонент товарного сектору економіки: проблемні аспекти та особливості розвитку [Текст] / А. Л. Шевчук // Східна Європа: економіка, бізнес та управління. – 2021. – № 6(33). – С. 181-184.

37. Шиян, Д. В. Рецензія на навчальний посібник Сумця Олександра Михайловича і Сиромятнікова Петра Степановича. Виробнича логістика: технічні системи і прийоми раціоналізації переміщення матеріальних потоків. Харків: ТОВ "Пром-Арт", 2018. 100 с. [Текст] / Д. В. Шиян // Agricultural and resource economics: international scientific e-journal. – 2019. – Т. 5, № 2. – С. 155-156.

38. Логістика підприємницької діяльності [Текст] : тренінг "Основи підприємницької діяльності". – 23 с.