

Що таке збутова логістика?

Вінницький національний технічний університет

Анотація: У статті відображено основні завдання та функціональність збутової логістики, а також розглянуто основні питання та оптимальні шляхи при розробці.

Ключові слова: логістика, збут, продукція, товар, доставка, попит, прибуток.

Abstract: The article presents the main tasks and functionality of marketing logistics, as well as discusses the main issues and optimal ways to develop.

Keywords: logistics, sales, products, goods, delivery, demand, profit.

Актуальність.

Збутова логістика - це сукупність процесів розподілу і доставки товару споживачеві. Носить також назву "маркетингова логістика"[1]. Збутова логістика вирішує такі завдання на рівні підприємства (мікрорівень): планування процесу реалізації; організація отримання і обробки замовлень; організація мережі складів; вибір виду упаковки, ухвалення рішення про комплектацію партій; організація операцій, що передують відвантаженню; організація відвантаження продукції; організація доставки та контроль транспортування; організація послереалізаційного обслуговування

При виборі оптимальної схеми товароруку від виробника до споживача необхідно враховувати всю ланцюг проходження товару до кінцевого споживача. Необхідно враховувати мінімальні строки поставки, максимальний рівень сервісу, максимальний рівень отримання прибутку, мінімальні витрати.[2]

Результати дослідження

Функціональність збутової логістики та основні завдання збутової логістики:

- своєчасна доставка товару до споживача;
- доставка в потрібній кількості;
- збереження якості товару в процесі транспортування;
- доставка з мінімальними витратами.

Для досягнення всіх цілей логістична компанія здійснює ряд організаційних процесів:

- планування та організація транспортування;
- експедирування доставки продуктів до пункту призначення;
- отримання і обробка замовлень на доставку товарів;
- упаковка товару і комплектація;
- розвантаження товару;
- зберігання продукції.

Збутова логістика вивчає інформаційний, фінансовий та сервісний потоки. Тобто проводиться дослідження діяльності різних сторін - виробників, постачальників і покупців.

Для здійснення доставки продукції від виробника до споживача проводиться ряд таких дій:

- вивчення ринку - споживчого попиту на товар;
- дослідження товарного різноманітності на ринку - вивчається товар конкурентів;
- збір повної інформації про товар виробника;
- пошук новий партнерів, пунктів збуту, виробників і розвиток відносин з партнерськими компаніями;
- пошук оптимальних і найбільш вигідних шляхів збуту товару; • організація поставок і контроль процесу доставки.

Всі процеси є частиною одного логістичного, або розподільного, каналу. Цей канал представляє собою сукупність всіх процесів руху товару по ринку - починаючи від виробника і закінчуючи пунктом збуту. Сюди входять всі посередники, через яких проходить продукція до потрапляння на ринок. Вибір каналу залежить від бажаної форми руху товару - транзитної або складської. Вибравши оптимальний варіант, підвищується ефективність збуту і зменшуються витрати на всі процеси.

Висновки.

Таким чином, при організації збутової роботи важливе значення приділяється відправці готової продукції з підприємства (оперативно-збутова робота) та оформлення супровідної документації (супутнього інформаційного потоку). Товар може потрапити безпосередньо до кінцевого споживача. Первісна вартість товару в даному випадку буде найменшою, оскільки посередники будуть виключені з ланцюга і вартість товару зросте лише на витрати по доставці товарів. Однак при цьому товари продаються максимально великими партіями, що не дозволить роздрібним магазинам формувати широкий асортимент. Широкий асортимент формує оптовик, що спеціалізується на даному напрямку і разом розташований зосередження споживання. Цей посередник спеціалізується на наданні максимального сервісу кінцевому споживачеві. Канал розподілу через двох оптовиків (місце виробництва і місце споживання) забезпечить найбільший сервіс споживачу, але при цьому вартість товару буде найбільш високою. В рамках збутової діяльності виробничого підприємства здійснюються вибір логістичного ланцюга та визначення доцільності використання оптових посередників (в даний час великі роздрібні мережі можуть закупувати товари безпосередньо у виробника).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. <http://acris.com.ua/ua/stati/chto-takoe-sbytovaya-logistika/>
2. https://studme.com.ua/12631113/logistika/sbytovaya_logistika.htm

Кучер Людмила Валеріївна – студентка групи П-17б, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця, e-mail: lyuda4932@gmail.com

Науковий керівник: **Безсмертна Оксана Владиславівна** - кандидат економічних наук, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Ludmila Kucher - student of P-17b group, Faculty of Management and Information Security, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa, e-mail: lyuda493@gmail.com

Supervisor: **Oksana Bezsmertna** - Candidate of Sciences (Economics), Vinnitsa National Technical University, Vinnitsa,