

УДК 658.7

JEL M21

DOI 10.32782/2786-765X/2023-2-6

Парій Л.В.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Державний університет телекомунікацій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7070-2521>

Виноградчий В.І.

доктор економічних наук, доцент,
декан економічного факультету
Київський міжнародний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3459-9272>

Перерва Т.П.

завідувач науково-дослідного відділу досліджень
людського та соціального капіталу
КНДУ «Науково-дослідний інститут розвитку міста»
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4877-2966>

ОБҐРУНТУВАННЯ ЗАХОДІВ З ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ СИСТЕМОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню та обґрунтуванню заходів щодо підвищення ефективності управління логістичною системою на підприємствах – експортерах. Встановлено, що логістична наука у господарському середовищі ґрунтується на окремих напрацюваннях, здійснених у військовій та математичній сферах, і на досягненнях таких споріднених бізнес-дисциплін як управління запасами, імітаційне моделювання. Визначено, що головне місце в логістиці належить матеріальним та супутнім йому інформаційним та фінансовим потокам, дослідження сутності і особливостей яких виявило проблему їхньої синхронізації під час руху. Авторами надано власне визначення поняття логістичної системи, як складної багаторівневої системи, що містить підсистеми, об'єднані в єдиному безперервному процесі управління підприємством, враховує вплив одного елемента на інші, має прямі та зворотні зв'язки із зовнішнім середовищем та ґрунтується в принципах гнучкості, адаптивності, сумісності та взаємозв'язку усіх її ланок. Доведено, що організація збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» має бути розглянута не відокремлено від закупівельної, а в системній взаємозалежності та взаємозв'язку процесів розподілу з процесам постачання. В результаті узагальнення дослідження уточнено принципи логістичного управління, на базі яких гармонізується рух товарних та інформаційних потоків в єдиній системі ТОВ «Колтекагрохім». Авторами доведено, що складське господарство є важливою складовою частиною торгівельної діяльності ТОВ «Колтекагрохім», однак стан його розвитку не відповідає сучасним вимогам. Серйозної уваги потребує реконструкція і технічне переозброєння існуючих складів. Авторами пропонується розглядати торговельну логістику в межах єдиного потокового процесу переміщення товарів та інформації вздовж усього логістичного ланцюга від виробника до кінцевого споживача.

Ключові слова: управління, логістика, логістична система, торговельна логістика, експортно-імпортні операції.

Постановка проблеми. У сучасний етап розвитку національної економіки відзначається активна участь в міжнародних економічних відносинах, що призводить до збільшення обсягів експортно-імпортних операцій, динамічної міграції трудових, фінансових, технологічних ресурсів і обміну науково-технічними досягненнями.

Упродовж останнього десятиріччя в економіці України відбулися значні зміни, пов'язані з досягненням економічної незалежності та переходом до розбудови соціально орієнтованої ринкової економіки. Інтеграція України до світового економічного простору та

самостійність підприємств створюють сприятливі умови для успішної зовнішньоекономічної діяльності, зокрема імпорту. Це дає можливість вибирати ділових партнерів та збільшує асортимент продукції, необхідної для виробничих процесів.

Крім того, жорстка конкуренція між вітчизняними та іноземними постачальниками стимулює підвищення економічних та технічно-технологічних характеристик товарів. Незважаючи на значні адміністративні, митно-тарифні та бюрократичні перешкоди, суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності активно виходять на зовнішні ринки,

встановлюють контакти з іноземними контрагентами та розвивають співпрацю.

Крім того, збалансована імпортна політика є невід'ємною складовою національної безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Останні дослідження та публікації підтверджують актуальність теми управління ефективністю зовнішньоекономічною діяльністю та її подальше вдосконалення. Незважаючи на певний прогрес у цьому напрямку, є необхідність детальнішого розгляду даної проблеми. Наприклад, Хескетт Дж. визначив логістику як управління потоками продукції та координацію виробництва і збуту з мінімальними витратами [1], тоді як Брігам Е.Ф. та інші американські вчені розглядають логістику як процес руху матеріалів і продукції до фірми та з неї [2]. Також було проведено типологію логістики за численними класифікаційними ознаками [3]. Вітчизняні вчені, такі як Мазаракі А.А., Ушакова Н.М., Лігоненко Л.О., Кириченко О.І., Філатова Г.О. та інші, розглядали зовнішньоекономічну діяльність підприємства через його міжнародні господарські та торговельні відносини, які включають обмін товарами, спеціалізацію та кооперацію виробництва, науково-технічне співробітництво, надання економічної та технічної допомоги, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва.

Зазначимо, що в попередніх дослідженнях не було надано повної уваги управлінню логістичною системою на підприємствах-експортерах, що потребує докладнішого дослідження та обґрунтування заходів для підвищення її ефективності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективна логістична організація стає важливим фактором для забезпечення конкурентоспроможності організацій у сучасних умовах. Логістика як науковий напрям розвивається відносно недавно, але її значення управління економічними процесами в умовах зростаючої конкуренції стає об'єктом уваги успішних організацій. Знання в галузі логістики постійно змінюються і оновлюються, а її застосування в бізнесі поступово розширюється, формуючи різні логістичні мережі та ланцюги на інноваційних засадах.

Логістична наука у господарському середовищі залежить від досягнень в інших дисциплінах, таких як управління запасами, імітаційне моделювання, дослідження операцій тощо. Підприємницька логістика розглядається як окрема область дослідження, де існують ще недостатньо опрацьовані та дискусійні аспекти.

Один із дослідників, Нагловський С.Н., пропонує повне визначення логістичної системи, називаючи її логістичною організаційно-економічною системою підприємства. Це означає сукупність взаємодоповнюючих видів діяльності та їх взаємодіючих елементів, які формують та реалізують відносини на всіх етапах відтворення й розвитку підприємства. Інтеграція та адаптація внутрішніх і зовнішніх сукупних функціональних потоків процесів, елементів і ресурсів забезпечують конкурентоспроможність та розвиток підприємства в агресивному середовищі життєдіяльності.

У відмінності від погляду Нагловського С.Н., Михальчик Л.Ю. висуває думку, що необхідно розглядати маркетингову логістичну систему підприємства як частину логістичної системи. Він звертає увагу на важливість врахування потреб споживачів при формуванні ланцюга постачання з ринкової перспективи. Такий підхід вважає основою для створення сучасних маркетингових логістичних систем.

Дослідження окремих ланок маркетингової логістичної системи він підкреслює, що потрібно проводити як процес дослідження потреб кожної з цих ланок. Це дозволяє забезпечити зв'язок маркетингової логістичної системи з місією підприємства, яка визначає стратегічні цілі та завдання, сприяючи прийняттю відповідних рішень. Мета маркетингової логістичної системи підприємства полягає в забезпеченні ефективного управління матеріальними та сервісними потоками, що сприятиме досягненню довготривалого комерційного успіху.

Отже, автор пропонує своєрідне визначення логістичної системи, розглядаючи її як складну багаторівневу систему, що включає матеріально-технічну, організаційно-економічну, соціально-психологічну та нормативно-правову підсистеми, які утворюють єдиний безперервний процес управління підприємством-експортером. Ця система враховує взаємозв'язок всіх її ланок та має засади гнучкості, адаптивності, сумісності та взаємозв'язку.

Підтримуючи класифікацію рівнів логістики Крикавського Є.В., варто зазначити, що видова різноманітність логістики потребує подальшого дослідження. У підходах, що об'єднують функціональне призначення, масштабність завдань та особливості логістики окремих підприємств, має бути більш чітко окреслена класифікаційна ознака, враховуючи системну логіку.

Продовжуючи думку Михальчика Л.Ю., можна зазначити, що маркетингова логістична

система підприємства визначається не лише обліком потреб споживачів, але й здатністю формувати ефективний ланцюг постачання, який буде націлено на задоволення цих потреб. Саме здатність адаптувати логістичну систему до змін на ринку та змінних умов допомагає підприємствам зберігати та зміцнювати свою конкурентоспроможність.

Оскільки маркетингова логістична система повинна бути орієнтована на місію підприємства, вона включає також стратегічне планування та цілі, що впливають на її діяльність. Це дає змогу забезпечити збалансований підхід до розвитку системи, що сприяє досягненню довгострокового успіху і стабільності на ринку.

Зазначене авторське визначення логістичної системи, яке включає матеріально-технічні, організаційно-економічні, соціально-психологічні та нормативно-правові підсистеми, засноване на ідеї взаємозв'язку між її складовими частинами. Такий комплексний підхід дозволяє бачити логістичну систему як цілісну структуру, що сприяє оптимальному управлінню потоками, ресурсами та процесами внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства.

Наведений аналіз визначень і класифікацій логістики свідчить про те, що ця галузь науки та практики продовжує активно розвиватися, а тема управління логістичною системою на підприємствах, особливо з орієнтацією на маркетинговий підхід, залишається актуальною та потребує подальшого дослідження.

Вченими Стахановим В.М. та Українцевим В.Б. здійснено типологію логістики за чисельними класифікаційними ознаками (табл. 1).

Вивчення наукових досліджень підтверджує необхідність вдосконалення теорії логістичного управління. Аналіз економічної літератури вказує на важливе значення матеріальних, інформаційних та фінансових потоків в логістиці. Вивчення сутності і особливостей цих потоків виявило проблему їхньої синхронізації під час руху. Це дало можливість визначити предмет логістичного управління як оптимізацію логістичних потоків, що спрямована на зниження логістичних витрат, підвищення економічного потенціалу підприємства, його конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості.

Досліджуване підприємство ТОВ «Колтекагрохім» – це товариство з обмеженою відповідальністю, що має за мету отримання прибутку від своєї діяльності, яка передбачена статутом товариства. Основним предметом діяльності компанії є торгівельна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність з продажу

Таблиця 1

Типологія логістики

Класифікаційна ознака	Вид логістики
Функціональна диференціація	Закупівельна логістика Виробнича логістика Розподільча логістика
Ресурсна диференціація	Матеріальна логістика Фінансова логістика Інформаційна логістика Трудова логістика
Галузева диференціація	Логістика матеріального виробництва Логістика невиробничої сфери Інформаційна логістика
Рівень локалізації	Мікрологістика Мезологістика Макрологістика
Міра інтеграції	Маркетингова логістика Логістичний менеджмент Логістичний сервіс
Обсяги диверсифікації	Підприємницька логістика Комерційна логістика Віртуальна логістика

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення досліджень

хімічної промисловості на вітчизняному та зарубіжному ринках, ринкові дослідження, комерційна консультація та управління, оптова та роздрібна торгівля непродовольчими товарами, а також імпортно-експортні операції. Наразі компанія спеціалізується на оптовій торгівлі хімічною продукцією. Для аналізу фінансово-економічних аспектів діяльності підприємства протягом 2017–2021 років, необхідно розрахувати та оцінити показники фінансової діяльності. стану підприємства: показники ліквідності та платоспроможності (табл. 2).

Виходячи з усіх показників, ми робимо висновок про загальне погіршення результатів діяльності підприємства. Протягом всього аналізованого періоду підприємство не має прибутку, його фінансовий стан є збитковим і не дозволяє погасити заборгованість перед кредиторами. Тому першочерговим завданням є оперативний перегляд ефективності менеджменту підприємства, проведення фінансового оздоровлення та знаходження шляхів отримання доходів від основної діяльності, зменшивши логістичні витрати.

Для аналізу та оцінки ефективності діяльності логістичної системи торговельних підприємств використовуються різноманітні показники. Метою логістичного процесу ТОВ «Колтекагрохім» є забезпечення правила «7R» логістики: потрібний товар потрібної якості, в потрібній кількості, доставлений

Таблиця 2

Показники ліквідності та платоспроможності ТОВ «Колтекагрохім» в 2017–2021 рр.

Показник	Період					Відхилення			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0054	0,1753	0,2175	0,0563	0,0480	0,170	0,042	-0,161	-0,008
Проміжний коефіцієнт ліквідності	0,2396	0,3875	0,3718	0,2654	0,2893	0,148	-0,016	-0,106	0,024
Показник покриття	0,6786	0,5565	0,4292	0,3624	0,3215	-0,122	-0,127	-0,067	-0,041
Робочий капітал	-1896,1	-4422,1	-8182,3	-8579,4	-8900,6	-2526,0	-3760,2	-397,1	-321,2

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення досліджень

в потрібний час і місце потрібному споживачу з необхідним рівнем затрат. Недотримання хоча б однієї із цих умов може призвести до втрати клієнтів і, відповідно, часткової втрати ринкової позиції.

Під час логістичного управління ТОВ «Колтекагрохім» виділяють такі підсистеми: підсистема постачання, складська підсистема, транспортна підсистема і збутова підсистема. Кожна з цих підсистем має свої завдання, які детально розглядаються в табл. 3.

Основною метою логістики ТОВ «Колтекагрохім» є комплексне управління неперервним матеріальним потоком. Для ефективного формування логістичної системи підприємства, доцільно починати з організації сфери постачання, оскільки саме вона забезпечує вхід матеріального потоку до логістичної системи.

Значну увагу в господарській діяльності ТОВ «Колтекагрохім» приділяють організації збуту продукції. Збутова діяльність включає комплекс заходів, спрямованих на ефективну поставку продукції споживачам, враховуючи їхні інтереси та вимоги, і зниження витрат на цей процес.

Організація збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» включає ряд дій, таких як маркетингові заходи, координацію роботи торговельних представників, організацію складського господарства (включаючи розміщення продукції на складі, приймання замовлень від покупців, комплектацію та транспортування замовлень до споживачів), а також відслідковування дебіторської заборгованості та інше. При цьому, організація збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» повинна розглядатися не окремо від закупівельних процесів, а як взаємопов'язана і взаємозалежна система з розподільних і постачальних процесів.

Для оцінки роботи складу ТОВ «Колтекагрохім» можна використовувати наступні показники.

1. Коефіцієнт використання складської площі (K_S) є відношенням корисної площі ($S_{\text{пол}}$) складу до загальної площі складського приміщення ($S_{\text{заг}}$):

$$K_S = S_{\text{пол}} / S_{\text{заг}} \quad (1)$$

Для підвищення значення коефіцієнта, ТОВ «Колтекагрохім» може розглянути різні

Таблиця 3

Підсистеми організації логістичного управління на підприємстві ТОВ «Колтекагрохім»

Види підсистем	Зміст завдань
Підсистема постачання	Спрямована на удосконалення ефективності роботи шляхом вибору компетентних постачальників, оптимізації процесу закупівлі, розробки процесу управління закупівлями, використання стандартних робочих методик, дослідження ринку закупівлі, формування стратегії та тактики закупівлі
Складська підсистема	Передбачає удосконалення процесів складування за допомогою впровадження складських технологій, підвищення якості складських послуг, їхньої стандартизації та раціонального розміщення
Транспортна підсистема	Забезпечує розробку раціональних схем поставок, маршрутизацію перевезень, оптимальне завантаження транспорту, забезпечення єдності процесу транспортування зі складським процесом, забезпечення обліку на транспорті
Збутова підсистема	Спрямована на системне дослідження ринку, підвищення швидкості оформлення та обробки замовлень, підвищення рівня логістичного сервісу, зменшення кількості рекламаций, штрафів тощо

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення досліджень

Таблиця 4

**Ієрархія рішень організації логістичної діяльності
торговельного підприємства ТОВ «Колтекагрохім»**

Області ухвалення рішень	Зміст	Функції
1. Традиційні спеціалізації роздрібних торговців	Логістичні операції, що розглядаються як складові елементи господарської діяльності	1. Визначення асортименту товарів та послуг 2. Закупівлі товарів 3. Категорійний менеджмент 4. Обслуговування споживачів
2. Операційна структура логістики	Об'єднує тимчасові та просторові аспекти логістики, пов'язуючи їх в єдиний процес	1. Логістика закупівель торговельного підприємства 2. Внутрішньомагазинна логістика 3. Логістика продажів торговельного підприємства
3. Система логістичних рішень	Особливі види робіт, що мають вирішальне значення для кінцевого успіху і призначені для задоволення потреб логістики	1. Формування і управління інфраструктурою торговельного підприємства 2. Управління інформаційними технологіями 3. Управління запасами 4. Управління логістичними витратами 5. Управління складським і транспортним господарством
4. Оновлення бізнес-процесів	Система постійного самовдосконалення	Система постійного самовдосконалення

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення досліджень

варіанти, такі як збільшення кількості збережених товарів, здачу частини площ складу в оренду або укладення договорів зберігання з іншими організаціями.

Питоме середнє навантаження на 1 м² корисної площі (G) вказує на кількість вантажу, яка одночасно розташована на кожному квадратному метрі корисної площі складу.

$$G = Z_{\max} / S_{\text{пол}}, \quad (2)$$

де Z_{\max} – максимальний запас матеріалів, який зберігається на складі, т.

Питома середнє навантаження на 1 м² корисної площі надає можливість порівняти ефективність використання складських приміщень та їх пропускну здатність протягом року.

Вантажна напруженість на 1 м² загальної площі складу (M) протягом року може бути визначена за допомогою наступної формули:

$$M = V_p / S_{\text{заг}}, \quad (3)$$

де $V_{\text{річ}}$ – річний вантажообіг складу, т.

Коефіцієнт оборотності складу ($K_{\text{об}}$) дозволяє здійснити порівняння використання складських приміщень та їх пропускну здатності протягом різних років.

Оборотність складу, також відома як коефіцієнт оборотності вантажів, ($K_{\text{об}}$) вказує на те, як часто вміст складу повністю оновлюється. Ця величина найбільш повно відображає інтенсивність роботи складської системи. Формула для розрахунку $K_{\text{об}}$ наведена нижче:

$$K_{\text{об}} = Q_{\text{відв}} / (T \times Q), \quad (4)$$

де $Q_{\text{відв}}$ – кількість продукції, відвантаженої за період T, т;

Q – загальна кількість продукції, яку можна розмістити на складі, т.

Розраховані показники для ТОВ «Колтекагрохім» представлені в табл. 5.

Таблиця 5

Показники діяльності складу ТОВ «Колтекагрохім» в 2021 р.

Перелік площ складу	Коефіцієнт використання складської площі, %	Питоме середнє навантаження на м ² корисної площі	Вантажно-напруженість на 1 м ²	Коефіцієнт оборотності складу, %
A	76,58	0,87	5,36	98,81
B	79,67	0,80	4,93	96,70
C	72,80	0,89	5,47	96,89
D	64,16	1,06	6,57	91,34
E	82,90	0,76	4,72	96,51
F	85,28	0,74	4,59	99,65
По складу	78,78	0,82	5,05	97,0

Джерело: сформовано авторами на основі узагальнення досліджень

Отже, з наведених в таблиці 5 розрахованих показників можна зробити висновок про високу ефективність роботи складу. Наприклад, коефіцієнт оборотності складу становить 97%, що свідчить про максимальне завантаження складських площ товаром. Згідно з розрахунками, на складі D цей показник є найнижчим і складає 91,34%, що вказує на наявні резерви для підвищення ефективності роботи на цьому складі. Також, показник використання складських площ на всьому підприємстві становить 78,78%, проте на складі D він мінімальний і складає 64,16%, що свідчить про неповне використання його потужностей.

Отже, резервами для підвищення показників ефективності роботи складів ТОВ «Колтекагрохім» є збільшення корисної площі на складі D та підвищення його завантаженості.

Узагальнення дослідження дозволило уточнити принципи логістичного управління, на базі яких гармонізується рух товарних та інформаційних потоків в єдиній системі ТОВ «Колтекагрохім» (рис. 1).

Ми вважаємо, що слід акцентувати увагу на розвитку логістичних систем на мікрорівні, зокрема на рівні ТОВ «Колтекагрохім», які відповідають за виконання логістичних операцій, пов'язаних з організацією та управлінням процесом товаропросування. Це вимагає гармонізації загальної системи управління, товаропросування та інформаційної системи шляхом узгодженості всіх складових бізнес-процесів торговельного підприємства.

Застосування традиційних функцій складів ТОВ «Колтекагрохім» використовується змінюються, і вони стають повноцінними

елементами цілісної логістичної системи, яка перетворює матеріальний потік.

Висновок, зроблений на підставі аналізу підходів відомих науковців, полягає в тому, що торговельну логістику слід розглядати в рамках єдиного потокового процесу переміщення товарів та інформації вздовж усього логістичного ланцюга від виробника до кінцевого споживача. Важливим аспектом є створення продуманого процесу комунікації, що дозволить забезпечити повноту, достовірність та своєчасність інформації, переданої одними учасниками процесу і сприйнятої іншими.

Таким чином, логістична діяльність у ТОВ «Колтекагрохім» має два аспекти: перший – як теоретична концепція, а другий – як практичний управлінський інструмент. Згідно з першим аспектом, логістика об'єднує всі процеси від виробництва до реалізації та споживання продукції у єдину систему, яка узгоджує цілі та інтереси всіх учасників. Другий аспект полягає у впровадженні процедур та управлінні процесами реалізації з урахуванням предметних областей логістичного системи. Інформація також грає важливу роль, як цінний ресурс для системного управління торговельним підприємством.

З метою створення ефективної стратегії збуту для ТОВ «Колтекагрохім», головним завданням є вибір оптимального каналу розподілу. Цей вибір не обмежується одним окремим каналом, а може охоплювати комбінацію декількох різних каналів збуту. Вибір каналу збуту залежить від призначення продукції і цілей ТОВ «Колтекагрохім».

При розробленні збутової стратегії ТОВ «Колтекагрохім», важливо забезпечити

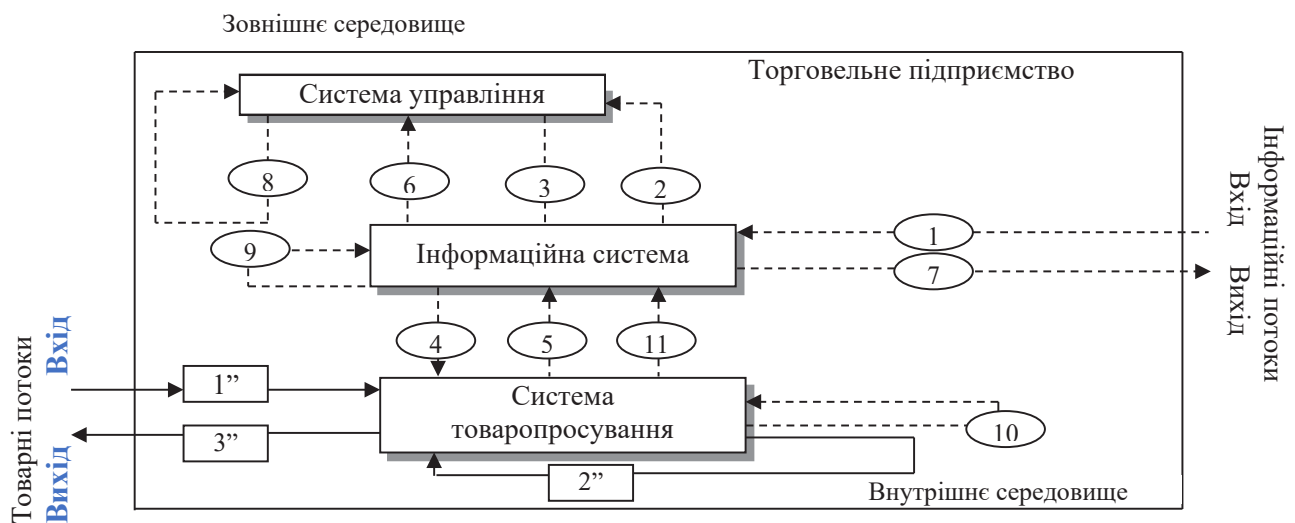


Рис. 1. Взаємозв'язки товарних та інформаційних потоків на ТОВ «Колтекагрохім» (позначення – товарні потоки, – інформаційні потоки)

Джерело: сформовано авторами за даними ТОВ «Колтекагрохім»

збільшення доступності продукції для споживачів та підвищення рівня обслуговування. При визначенні цілей каналу розподілу необхідно провести дослідження ринку і з'ясувати, які цінності бажають отримати споживачі від каналу розподілу. Ці цінності будуть визначати рішення ТОВ «Колтекагрохім» стосовно розташування торговельних точок, замовлення продукції, надання інформації про товар та стан замовлення, часу виконання замовлення та асортименту продукції.

З метою вдосконалення існуючої стратегії збуту ТОВ «Колтекагрохім», можливо розглянути можливість розширення каналів збуту. Потрібно звернути увагу на перспективи Інтернет-мережі як сучасного каналу збуту товарів у торгівлі.

Запровадження Інтернет-ресурсу, такого як веб-сайт ТОВ «Колтекагрохім», дозволить клієнтам оформити замовлення на сайті підприємства. Ця форма співпраці допоможе скоротити час, який зазвичай витрачається на переговори і узгодження умов поставки продукції, що, в свою чергу, призведе до зниження витрат і підвищення рентабельності діяльності підприємства в цілому.

Тому поліпшення системи збуту продукції є актуальним завданням, оскільки ринок нині стає швидкозмінним і мобільним, тому система збуту повинна бути гнучкою і адаптивною до змін.

Головною метою, яку перед собою ставить система збуту ТОВ «Колтекагрохім», є збільшення прибутків підприємства. Для досягнення цієї мети проводяться дослідження ринків збуту, визначаються товари, розробляються оптимальні ціни та вивчаються інші аспекти реалізації продукції.

Успіх електронних каналів розподілу в збутовій політиці ТОВ «Колтекагрохім» значною мірою залежить від того, які переваги та недоліки має цей високотехнологічний спосіб збуту товарів і як вони вплинуть на діяльність підприємства в найближчому майбутньому.

Серед переваг електронних каналів збуту для ТОВ «Колтекагрохім» можна виділити:

– Глобальний масштаб і охоплення. Інтернет відкриває можливість розширити пошук бізнес-партнерів і провести ефективні ринкові дослідження, що дозволяє запропонувати свою продукцію максимальній кількості потенційних клієнтів.

– Зручність і швидкість здійснення угоди, доступність. Користувачі можуть отримати інформацію про продукцію та здійснити покупку з будь-якого місця без додаткових витрат часу та зусиль.

– Управління базами даних і можливість встановлення нових відносин. Електронні

канали збуту дозволяють збирати та аналізувати дані про клієнтів, що сприяє встановленню ефективних комунікацій та індивідуального підходу до клієнтів.

– Нижчі витрати на збут і продаж. Завдяки ефективному використанню Інтернет-ресурсів можливо знизити витрати на збут продукції, що сприяє збільшенню прибутку підприємства.

– Продуктивність та гнучкість обробки інформації. Правильно розроблений та просутий веб-сайт є потужним інструментом просування підприємства та його продукції на ринку.

Усі ці переваги мають великий потенціал та можуть дати значний результат для ТОВ «Колтекагрохім», особливо при певних умовах ринку. Впровадження електронних каналів збуту, заснованих на Інтернет-технологіях, дозволить підприємству продавати свою продукцію на глобальному рівні та гнучко відрегулювати на потреби різних сегментів ринку.

Система збуту через Інтернет-магазини представляє інноваційний характер, оскільки надає нові можливості для здійснення покупки, які раніше не були доступні.

Інтернет-магазин надає унікальну можливість споживачам здійснювати покупки в режимі онлайн через мережу Інтернет. Користувачі можуть переглядати товарний асортимент, порівнювати ціни з конкурентами, ознайомлюватися з відгуками та порадами інших споживачів, та здійснювати замовлення з вказанням зручного місця та часу доставки. Інтернет-магазини є інноваційними інструментами збуту, які мають численні переваги:

1. Зекономлення часу та грошей для споживачів, завдяки низьким цінам і економії на витратах на торговий та обслуговуючий персонал і великих торгових приміщень.

2. Широке охоплення аудиторії завдяки використанню різних соціальних мереж та пошукових систем.

3. Перевага ознайомлення з детальними описами товарів та відгуками інших споживачів.

4. Швидка та зручна оплата за замовлення реальними або Інтернет-грошима.

5. Вибір зручного для споживача виду та терміну доставки товарів.

6. Можливість підбирати комплектацію товарів та робити нестандартні замовлення.

7. Фіксування історії замовлень покупців для реалізації спеціальних вигідних пропозицій, знижок та програм лояльності.

Для стимулювання збуту продукції, Інтернет є ефективним інструментом, який дозволяє поширювати інформацію та пропонувати привабливі умови покупцям. Якісний

Інтернет-сайт з контекстною рекламою є важливим для успіху в електронному збуті.

Унікальною особливістю збуту продукції ТОВ «Колтекагрохім» через власний Інтернет-магазин є оперативне опрацювання замовлень через сервісний центр, що швидко реагує на запити і забезпечує зв'язок з клієнтами. Така система дозволяє підприємству ефективно впливати на покупців та створювати персоналізовані пропозиції для збуту продукції.

Висновки. Отже, здійснивши дослідження сучасних тенденцій розвитку логістичних систем та підходів до їх управління, варто відзначити, що трансформація методів управління логістичними системами виникає з фокусування особливої уваги на гармонізації характеристик логістичних систем заснованої на базових принципах їх функціонування.

Організація збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» включає проведення маркетингових заходів, організацію роботи торговельних представників, організацію роботи складського господарства (розташування продукції на складі, отримання замовлень від покупців,

комплектація замовлень та їх транспортування до споживачів), організацію збору дебіторської заборгованості тощо. Важливо розглядати організацію збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» не відокремлено від закупівельної, а в системному взаємозв'язку та взаємозалежності з процесами розподілу та постачання.

Враховуючи, що підприємство ТОВ «Колтекагрохім» використовує лише один канал збуту продукції – через спеціалізовані торгові точки в роздрібній мережі, варто розглянути можливість розширення каналів збуту. Для досягнення цього, керівництву ТОВ «Колтекагрохім» доцільно звернутися до можливостей Інтернет мережі як одного з сучасних каналів збуту товарів в торгівлі. Отже, результати показують, що проект є ефективним та доцільним для впровадження. Ефективність збутової діяльності ТОВ «Колтекагрохім» можна досягти шляхом використання додаткового каналу збуту продукції – відкриття Інтернет-магазину та застосування інноваційних технологій обслуговування клієнтів.

Бібліографічний список

1. Слободяник А.М., Плотник П.А., Зазимко С.А. Проблема впровадження сучасного управління агрохолдингом в умовах діджиталізації. *Ефективна економіка*. 2020. Вип. 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>
2. Слободяник А.М., Сиза В.О. Удосконалення моделі інтегрованої системи менеджменту якості на агропромислових підприємствах. *Агросвіт*. 2021. № 4. С. 45–50. DOI: <https://doi.org/10.32702/23066792.2021.4.45>
3. Слободяник А.М., Семижон Є.М. Маркетингові аспекти ключових проблем промислових підприємств України. *Агросвіт*. 2021. № 3. С. 55–65. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.3.55>
4. Могилевська О., Слободяник А., Данилевська-Жугунісова О. Ключові аспекти ціноутворення як елемент маркетингової політики підприємства. *Економічний аналіз*. 2022. Том 32. № 2. С. 140–145. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.02.140>
5. Могилевська О.Ю., Слободяник А.М., Сідак І.В. Вплив штучного інтелекту на українську і міжнародну економіку. *Київський економічний науковий журнал*. 2023. № 1. С. 45–52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-6>
6. Abuselidze G., Slobodanyk A. Marketing Aspects of the Key Issues of Agricultural Machinery in the Industrial Enterprises. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*. 2022. Vol. 15(1). P. 311–320. DOI: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2021.1921197.1819>
7. Slobodanyk, A. et al. Methods of Analysis of Commercial Activity and Marketing Pricing Policy at Processing Enterprises in Ukraine. International Scientific and Practical Conference Current trends in the development of modern scientific thought. 2022. P. 196–201.
8. Mohylevska O., Romanova L., Zalizniuk V., Kovalenko N., Demydiuk S. Marketing mechanisms for improving the efficiency of industrial enterprises. *Науковий вісник НГУ. Дніпро* : НГУ, 2020. № 1. С. 165–170. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2020-1/165>

References

1. Slobodanyk A., Plotnyk P. and Zazymko S. (2020) The problem of implementation of the modern agroholding management in the conditions of digitalization. *Efektivna ekonomika*, vol. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7808>
2. Slobodanyk A., Syza V. (2021) Improvement of the model of the integrated quality management system at agro-industrial enterprises. *Agrosvit*, no. 4, pp. 45–50. DOI: <https://doi.org/10.32702/23066792.2021.4.45>
3. Slobodanyk A., Semyshon Y. (2021) Marketing aspects of key problems of industrial enterprises of Ukraine. *Agrosvit*, no. 3, pp. 55–65. DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.3.55>

4. Mogilevska O., Slobodyanyk A., and Danilevska-Zhugunisova O. (2022) Key aspects of pricing as an element of enterprise marketing policy. *Economic analysis*, no. 32 (2), pp. 140–145. DOI: <https://doi.org/10.35774/econa2022.02.140>
5. Mohylevska O., Slobodyanyk A., Sidak I. (2023) The impact of artificial intelligence on the Ukrainian and international economy. *Kyivskyi ekonomichnyi naukovyi zhurnal*, no. (1), pp. 45–52. DOI: <https://doi.org/10.32782/2786-765X/2023-1-6>.
6. Abuselidze G., Slobodanyk A. (2022) Marketing Aspects of the Key Issues of Agricultural Machinery in the Industrial Enterprises. *Journal of Optimization in Industrial Engineering*, vol. 15(1), pp. 311–320. DOI: <https://dx.doi.org/10.22094/joie.2021.1921197.1819>
7. Slobodanyk A. et al. (2022) Methods of Analysis of Commercial Activity and Marketing Pricing Policy at Processing Enterprises in Ukraine. International Scientific and Practical Conference Current trends in the development of modern scientific thought. Pp. 196–201.
8. Mohylevska O., Romanova L., Zalizniuk V., Kovalenko N., Demydiuk S. (2020) Marketing mechanisms for improving the efficiency of industrial enterprises. *Naukovyi visnyk NHU*. Dnipro: NHU, no. 1, pp. 165–170. DOI: <https://doi.org/10.33271/nvngu/2020-1/165>

Стаття надійшла до редакції 25.08.2023

Liudmyla Parii

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of Management Department
State University of Telecommunications
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7070-2521>

Victor Vinogradchyi

Doctor of Economic Sciences, Associate Professor,
Dean of the Faculty of Economics
Kyiv International University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3459-9272>

Tetiana Pererva

Head of the Research Department of Human and Social Capital Research
Communal Research Institute "Research Institute of City Development"
ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-4877-2966>

JUSTIFICATION OF MEASURES TO INCREASE THE EFFICIENCY OF MANAGEMENT OF THE LOGISTICS SYSTEM OF THE ENTERPRISE

Objective. The article is devoted to research and substantiation of measures to increase the efficiency of logistics system management at exporting enterprises. It has been established that logistics science in the economic environment is based on individual developments carried out in the military and mathematical spheres, and on the achievements of such related business disciplines as inventory management and simulation modeling. **Results.** It was determined that the main place in logistics belongs to material and accompanying information and financial flows, the study of the essence and features of which revealed the problem of their synchronization during movement. The authors provided their own definition of the concept of a logistics system as a complex multi-level system that contains subsystems united in a single continuous process of enterprise management, takes into account the influence of one element on others, has direct and feedback links with the external environment and is based on the principles of flexibility, adaptability, compatibility and interconnection of all its links. It has been proven that the organization of sales activities of Koltekgrohim LLC should be considered not separately from purchasing, but in the systemic interdependence and interrelationship of distribution processes with supply processes. As a result of the generalization of the research, the principles of logistics management, based on which the movement of goods and information flows in the unified system of LLC "Koltekgrohim" is harmonized, have been clarified. **Practical significance.** The authors proved that warehousing is an important part of the commercial activity of "Koltekgrohim" LLC, but the state of its development does not meet modern requirements. Reconstruction and technical rearmament of existing warehouses require serious attention. The authors propose to consider trade logistics within the framework of a single flow process of moving goods and information along the entire logistics chain from the manufacturer to the final consumer.

Keywords: management, logistics, logistics system, trade logistics, export-import operations.