

**Література.**

1. Король І. В. Маркетингові комунікації: навчально-методичний посібник / уклад. І. В. Король; МОН України, Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань : Візаві, 2018. 191 с.
2. 9 Thoughts About the Future of Marketing. *BRAND24*: web-site. URL: <https://brand24.com/blog/the-future-of-marketing/> (дата звернення 09.11.2021)
3. Які маркетингові стратегії запустила пандемія коронавірусу. *Lviv Business School*: веб-сайт. URL: <https://lvbs.com.ua/news/yaki-marketyngovi-strategiyi-zapustyla-pandemiya-koronavirusu/> (дата звернення 09.11.2021)
4. Predictions for 2021 Marketing Trends. *West Virginia University. MARKETING COMMUNICATIONS*: web-site. URL: <https://marketingcommunications.wvu.edu/industry-insights/predictions-for-2021-marketing-trends> (дата звернення 09.11.2021)
5. Красовська О. Ю. Інтернет-маркетинг як сучасний інструмент комунікації підприємства. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2018. Випуск 1(63). С. 67-71.
6. Keller K.L., Kotler Ph. *Marketing Management*. / K.L. Keller, Ph. Kotler. Harlow, 2015. 834 p.

**ЛОГІСТИЧНЕ ПЛАНУВАННЯ: ПРИНЦИПИ ТА ЗАВДАННЯ**

*Мухаровська Д.О., здобувач вищої освіти,  
d.olegovna13@gmail.com*

*Науковий керівник: Кондратюк О.І., к.е.н., доцент  
Київський національний торговельно-економічний університет*

Купівля, продаж, виготовлення будь-якого товар пов'язане із великою кількістю логістичних фрагментів, таких як взаємодія бізнес-бізнес (B2B) та бізнес-покупець (B2C). У свою чергу, неузгодженість взаємодії будь-яких фрагментів призводить до затримок виробництва, збільшення витрат, зриву контрактів, репутаційних втрат. Зважаючи на динамічність процесів діяльності будь-якого підприємства, у процесі прийняття рішення необхідно застосування адекватної методології логістичного планування, прогнозування, що дозволить здійснити тісну інтеграцію виробництва, матеріально-технічного забезпечення, транспорту та передачі інформації про рух товарів у єдину систему. Отже, для успішного здійснення логістичної діяльності необхідне проведення ретельного планування. Сьогодні планування є невід'ємною складовою управління. Логістика ж, як відомо, це прогресивний напрямок процесів управління.

Так на думку Нікітенко К. С.[1] логістика, у сучасному суспільстві є засобом досягнення стратегічних цілей підприємств шляхом координації потокових процесів та міжфункціональної інтеграції.

Уткіна Ю.М. [2], зазначає, що планування складає основу системи логістичного управління підприємства при виконанні будь-якої з характерних для неї функцій.

За визначенням Григорьєва М.Н. [3], логістичне планування - це систематичний процес постановки логістичних цілей, вибору шляхів їх досягнення, формування управлінських рішень і прогнозування наслідків цих дій.

Уткіна Ю. [2] вказує на те, що логістичне планування принципово відрізняється від інших видів планування, що полягає не у ступені деталізації плану, цілях чи виборі горизонту планування, а насамперед у спрямуванні вектора планування, який становить набір дій і рішень, що прийняті керівництвом і які ведуть до розробки специфічних логістичних стратегій, призначених для того, щоб допомогти підприємству досягти своїх цілей.

Отже, логістичне планування являє собою процес, що направлений на вирішення питань за такими основними напрямками, як рівень обслуговування клієнтів, розміщення, запаси та транспортування.

Для успішного здійснення логістичного планування необхідно правильно поставити завдання, які необхідно вирішити. Так Семенко Н. [4], керівник відділу планування виробництва та продаж служби маркетингу та збуту ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», акцентує на тому, що потрібно чітко спланувати, коли і на якому обладнанні зробити продукцію, як здійснити відвантаження, яким транспортом, у який порт доставити, коли продукція має бути у споживача, щоб не порушити умови договору, щоб покупець був задоволений, а виробництво було збалансованим.

Уткіна Ю.[2], серед основних завдань логістичного планування виділяє є вирішення поточних та довгострокових питань виробничо-господарської діяльності підприємства.

В свою чергу, Кулик В. А., Григорак М. Ю., Костюченко Л. В. [5] зосереджують увагу на наступних завданнях логістичного планування:

- вибір напрямів розвитку (реорганізації) системи логістичного управління підприємства;

- техніко-економічне обґрунтування доцільності конкретного проекту розвитку (реорганізації) системи логістичного управління підприємства;

- розподіл ресурсів між перспективними, поточними, оперативно-календарними складовими логістичного менеджменту;

- визначення джерел і порядку фінансування, розрахунок очікуваних фінансових результатів діяльності у рамках конкретної системи логістичного управління, включаючи обсяги продажу продукції та сервісу, прибутку, доходів тощо;

- визначення основних вимог до кваліфікації і спеціальностей персоналу підприємства за реалізації проекту розвитку (реорганізації) системи логістичного управління.

Отже, можемо зазначити, що головне завдання логістичного планування – забезпечити для покупця послугу доставки продукції потрібної якості, у повному обсязі та в необхідний строк.

Важливим також є завдання, пов'язане з скороченням втрат від нерациональної логістики, яке передбачає зміну у змісті процесів, та в організації постачання. Тому, важливо розглянути принципи, за якими успішні підприємства здійснюють свою діяльність (рис 1).

Якщо розглядати кожен сегмент окремо та детальніше, то можна виділити такі особливості, так принцип перший трактується тим, що необхідно адаптуватися під споживача чи потенційного клієнта, проаналізувавши ринок та його основні сегменти. Пристосовуватись до можливостей споживачів, щоб оптимізувати виробництво та транспортування певного товару саме під попит, задля запобіганню збитків та непродуктивних витрат.[6]

Другий принцип діє від орієнтації на ціну купівлі - до орієнтації на сукупну вартість. Він передбачає практично суворий облік всіх витрат. Поки що головним критерієм під час укладання угоди багатьом споживачів є орієнтація на низьку закупівельну ціну, де не приділяється належної уваги витратам, що виникають в інших ланках логістичного ланцюга. Маючи чітке уявлення про загальну суму витрат, підприємство може приймати відповідальні рішення в постачанні і бути впевненим у тому, що зниження витрат в одній області не призведе до їхнього зростання в іншій. Якщо оцінка загальної суми витрат не провадиться, то виключаються можливості використовувати значний потенціал скорочення витрат, не пов'язаних із закупівельними цінами.[7]



**Рисунок 1 – Принципи логістичного планування.**

*Побудовано за джерелом [7]*

Третій принцип характеризується тим, що діє від простого прийому інформації - до розуміння та аналізу цієї інформації. Тобто

необхідно знати, як вплине отримана інформація в розвитку ситуації у системі поставок загалом. Бачити процеси споживання матеріальних ресурсів зсередини, розуміти тенденції розвитку ринку поставок та враховувати економічне становище постачальників, розумітися на тому, як ці процеси впливають потреби власного виробництва та сумарні витрати. Інакше можна потрапити у вразливе становище стосовно постачальників та конкурентів.

Принцип четвертий, включає в себе планування та управління всіма видами діяльності, пов'язаними з пошуком і закупівлями (постачання та закупівлі), конверсією та всіма видами щодо управління логістикою. Важливо відзначити, що це також включає координацію та співробітництво з партнерами по каналах закупівлі та побуту (постачальниками, посередниками, 3PL-операторами та клієнтами).

Принцип п'ятий дає уявлення про те, як функціонувати від стандартного підходу – до інноваційних методів вирішення проблем. Для управління постачанням традиційних адміністративних методів недостатньо, тому необхідно застосовувати сучасні аналітичні оцінки та способи ранжування постачальників, використовувати системи стохастичного прогнозування ринку постачальників, інноваційні моделі управління запасами, каталоги взаємозамінної продукції для мінімізації запасів, моделі оптимального споживання ресурсів, електронну комерцію та ін.

Шостий принцип ґрунтується на здійсненні діяльності від вертикальної інтеграції – до горизонтальної інтеграції. Якщо логістика постачання розглядається як повністю незалежна структура, не пов'язана з іншими ланками логістичної системи та їх проблемами, і орієнтується лише на виконання замовлень та поставок, отримання знижок у постачальників, то вона фактично не здатна домагатися високих результатів. Управління логістикою постачання необхідно будувати з використанням горизонтальних, інтегрованих зв'язків [7].

Останній принцип означає, що займатися логістикою постачання мають спеціалісти, зацікавлені у результатах своєї роботи. Навряд чи можна позбутися зловживань та недобросовісних угод у постачанні, якщо висококваліфіковані фахівці отримують заробітну плату, неадекватну відповідальність за використання цінності матеріальних та фінансових потоків, які вони контролюють [8, 9].

Таким чином, як висновок можна сказати, що хоча логістичне планування і є багатосторонньою проблемою, практика показує, що воно має сприяти вирішенню трьох основних завдань:

1. Встановлення оптимального рівня послуг споживачеві. Сьогодні значно дорожче знайти нових споживачів, аніж зберегти існуючих. Таким чином, з фінансової точки зору, ресурси, вкладені на покращення послуг, забезпечують суттєво вищу віддачу, ніж ресурси, вкладені на освоєння нових ринків споживачів.

2. Визначення політики зберігання та управління запасами. Це завдання включає розміщення пунктів зберігання, визначення розмірів і необхідної кількості складських приміщень, визначення рівня запасів і коефіцієнтів обороту запасів на складах, закріплення за кожним пунктом постачальників і споживачів.

3. Транспортування, яке включає вибір транспортних засобів і способів транспортування, складання оптимальних маршрутів перевезення

Також зазначимо, що планування у логістиці може значно впливати на конкурентоспроможність конкретного підприємства та системи постачання в цілому, тому, важливо враховувати значення базових принципів, якими слід керуватись у логістичному плануванні в сфері постачання.

### **Література.**

1. Нікітенко К. С. Стратегічне планування у процесі логістичного постачання. *Економічний простір*. 2020. №161. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/161-10> (дата звернення: 10.11.2021 ).

2. Уткіна Ю.М. Стратегічне планування логістичної діяльності підприємства. Вісник економіки транспорту і промисловості. 2017. №59.: Веб-сайт. URL: [http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/646/1/VETP\\_2017\\_59\\_186\\_194.pdf](http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/646/1/VETP_2017_59_186_194.pdf) (дата звернення: 9.11.2021).

3. Григорьев М.Н. Комерційна логістика: URL: [https://stud.com.ua/14941/logistika/komertsiyna\\_logistika](https://stud.com.ua/14941/logistika/komertsiyna_logistika) (дата звернення : 13.11.2021)

4. Вектор успеха. Логистика и планирование. - URL: <https://logist.fm/publications/vektor-uspeha-logistika-i-planirovanie> (дата звернення: 13.11.2021 ) (дата звернення: 11.11.2021).

5. Кулик В. А., Григорак М. Ю., Костюченко Л. В. Логістичний менеджмент: навч.посібник. К. : Лотос, 2013. 268 с.

6. Афанасенко І. Д. Борисова В. В. Практикум з логістики постачання: питання та тести 2011. 188 с.

7. Юрген А. Менеджмент. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами. PROSystem. 2019.464 с.

8. Антонюк Л.Л. Інновації: теорія, механізм розробки та комерціалізації: КНЕУ, 2003. 394 с

9. Крикавський Є.В. Логістика для економістів: підруч. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», Інтелект-Захід, 1994. 448 с.

## **ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ МАТЕРІАЛЬНІ ЗАПАСИ ТА ЇХНІ ФУНКЦІЇ**

*Осташевській В.С., здобувач вищої освіти 4 року навчання  
Vladislavost.99@gmail.com*

*Науковий керівник: Бочарова Н.А., к.е.н., доцент  
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

У сучасних умовах діяльності кожному підприємству, зокрема АТП, для здійснення виробничої діяльності необхідні товарно-матеріальні запаси. Від їхньої кількості залежать витрати будь-якого підприємства на зберігання, замовлення, транспортування; також витрати пов'язані з нестачею запасів (дефіцитом). Від усіх цих витрат залежить прибуток та рентабельність підприємства, тому дуже важливо вміти визначити оптимальний розмір запасів і своєчасно робити замовлення. Важливим є облік фактичної наявності запасів та їх динаміку. Питання управління закупівлею та поставками взаємопов'язані з питаннями управління запасами ресурсів. За вирішенням питань «що треба закупити» для діяльності АТП, слідує рішення: скільки потрібно придбати (якими обсягами і з якою частотою поставок), а відповідно до цього визначається, який обсяг кожного ресурсу необхідно мати у вигляді певного запасу з метою: мінімізації ризику призупинення виробничого процесу у зв'язку з браком ресурсу для виробництва робіт; забезпечення ритмічного виробництва між моментами поставок ресурсу.

Задача визначення регламенту і обсягів поставок і запасів відноситься до класу оптимізаційних задач управління ресурсами АТП. В якості цільової функції в управлінні запасами виступають сумарні витрати на утримання запасів, на складські операції, втрати від псування при зберіганні. Такі витрати повинні мінімізуватися.

Поняття запаси відноситься не до всіх видів ресурсів. У найзагальнішому вигляді запаси визначаються як ресурси, що зберігаються на складах, і включають в себе: товарно-матеріальні