

УДК 336.24

Ібадлаєва З. – ст. гр. БМ 31

Тернопільський державний технічний університет імені Івана Пулю

МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА В УПРАВЛІННІ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ

Науковий керівник: ст. викладач Дудкін П.Д.

Актуальність поєднання маркетингу та логістики в управлінні товарними запасами полягає у підвищенні ефективності управління ними за рахунок збільшення їх оборотності, створення оптимальної кількості складів та організації системи доставки товарних запасів, також вдосконалення основних логістичних систем для раціонального управління.

Для підвищення ефективності логістичної діяльності необхідно раціонально управляти товарними запасами. Торговельному підприємству необхідно організувати складську систему: запобігти втратам товарів під час їх зберігання, вибрати оптимальну цінову політику зберігання товарів, навантажувально-розвантажувальні, експедиційні і транспортні роботи.

В сучасному веденні господарства найбільш ефективним є планування запасів за логістичною концепцією «just in time» («точно в час»), яка полягає у доставленні потрібного товару в потрібне місце, в потрібній кількості та за певний проміжок часу. Це забезпечує зменшення витрат на зберігання продукції на складах посередників, дозволяє виробнику контролювати ціну на свій товар, а також вільно обирати партнерів.

Наступним етапом буде визначення оптимальної кількості складів, потрібної для зберігання товарних запасів. Чим більше складів буде у підприємства і вони будуть географічно віддалені, тим раціональніше буде організована мобільна доставка товарів споживачам. Але дана послуга буде дорого коштувати для підприємства. Одним із варіантів вирішення даної проблеми є підписання довгострокових контрактів зі складськими підприємствами, з урахуванням можливих сезонних знижок. При цьому необхідно вибрати найоптимальніші типи складів з автоматизованою системою управління та найкращими умовами зберігання.

Для ефективного управління товарними запасами потрібно також враховувати такий етап, як доставка товарних запасів споживачам. Тому необхідно розробити стратегію управління товарними запасами в мережі поставок. В основу даної стратегії необхідно покласти управління замовленнями і поставками, які мають фіксовані і випадкові параметри. Управління запасами постійно має погоджуватись з дослідженнями відділу маркетингу стосовно кон'юнктури споживчого ринку. За таких умов буде враховуватись можливість реагування на коливання попиту на товарні запаси. При цьому необхідність у додаткових замовленнях з'являється у випадках зміни планового обсягу споживання запасу.

Отже, можна зробити висновок, що управління запасами вимагає ефективного контролю, оскільки правильний вибір логістичної системи управління товарними запасами дає можливість значно скоротити витрати на замовлення матеріалів і обсяг нераціональних витрат. Для раціонального використання товарних запасів необхідно враховувати такі фактори, як умови зберігання товарних запасів на складах та якість системи доставки товарів. Однією з найоптимальніших систем управління запасами з урахуванням новітніх логістичних концепцій, є концепція «just in time».