

В П Л И В Т О Р Г О В Е Л Ь Н О - Л О Г І С Т И Ч Н И Х П О С Е Р Е Д Н И К І В Н А О Р Г А Н І З А Ц І Ю З Б У Т У Т О В А Р І В

Анотація. Досліджено вплив торговельно-логістичних посередників на організацію збуту товарів. Розглянуто і проаналізовано позитивні та негативні аспекти співпраці виробника з торговельно-логістичним посередником.

Аннотация. Исследовано влияние торгового-логистических посредников на организацию сбыта товаров. Рассмотрены и проанализированы положительные и отрицательные аспекты сотрудничества производителя с торгового-логистическим посредником.

Annotation. The article investigates the impact of trade and logistics intermediaries on the organization of goods distribution. The pros and cons of cooperation of a manufactures with trade and logistics intermediary are studied and analysed.

Ключові слова: логістична діяльність, посередник, збут, ринок, канали збуту, ланцюги постачання, торговельно-логістичний посередник.

В умовах конкуренції одним з основних напрямів виживання і розвитку підприємств є розширення ринків збуту, що вимагає формування різних каналів розподілу товарів. Канали розподілу ґрунтуються на принципах логістичної інтеграції, які знайшли своє основне відображення в логістичних ланцюгах постачання. Ключовими суб'єктами каналів розподілу є різноманітні торговельно-логістичні посередники, які забезпечують просування товарів від виробника до кінцевого споживача.

Дослідженню ролі, місця та особливостей взаємодії виробників із торговельно-логістичними посередниками у процесі збуту товарів присвячені роботи багатьох вчених, а саме: Балабанової Л. В., Гаджинського А. М., Криківського Є. В., Ніколайчука В. Є., Окландера М. А., Сергєєва В. І. та ін.

Мета статті – дослідити вплив торговельно-логістичних посередників на організацію збуту товарів та показати доцільність використання послуг посередників у сучасній ринковій економіці.

Посередництво займає ключове місце в організації економічних відносин між суб'єктами ринку, створюючи найбільш сприятливі умови для усіх учасників процесу товароруку з урахуванням їх можливостей та існуючої на ринку економічної ситуації. За рахунок посередництва забезпечується розширення ринку збуту, підвищується надійність постачання та якість обслуговування кінцевих споживачів. За даними міжнародних джерел, до 80 % світового обігу товарів і послуг здійснюється за допомогою посередників [1].

Розрізняють торгове та логістичне посередництво [2]. Завдяки торговельним посередникам підприємства-виробники розширюють ринки збуту та асортимент товарів, активно реалізують товари, швидше реагують на зміну попиту, що зумовлює збільшення товарообігу, а отже, і їх доходів та прибутків.

В умовах товарного ринку багато підприємств-виробників намагаються формувати непрямі канали збуту своїх товарів із залученням різних торговельних посередників, що пояснюється такими чинниками, як:

- найчастіше посередники перебувають набагато ближче до кінцевого споживача, вони оперативніше реагують на зміну ринкової кон'юнктури, що дозволяє реалізувати товар на більш сприятливих для продавця умовах;
- їх залучення створює можливість підвищити конкурентоспроможність товарів за рахунок торговельного сервісу й обслуговування;
- більшість з них має власні збутові мережі та постійних клієнтів;
- за рахунок посередників виробники мають можливість заощадити на рекламі, послугах та сервісі, що супроводжують процес купівлі-продажу товарів.

Незважаючи на те, що торговельні посередники реалізують товари різних виробників, які можуть бути конкурентами між собою, надають торговельну надбавку до ціни товарів та вимагають певної системи мотивації торговельної діяльності, їх залучення до процесу реалізації товарів надає більше переваг для підприємств-виробників, ніж можливих недоліків.

Логістичні посередники забезпечують оптимальну систему фізичного розподілу та підтримки товаропотоків, використовуючи ринковий механізм саморегулювання [3]. Організація фізичного розподілу охоплює діяльність транспортно-експедиторських фірм, різноманітних складів та термінальних комплексів, вантажопереробників, підприємств, що займаються сортуванням, затарюванням та упакуванням товарів тощо. Логістична підтримка збуту товарів включає надання фінансового та інформаційного сервісу, страхування, стандартизацію, ліцензування та сертифікації товарів.

Логістичні посередники забезпечують доступність товарів для торговельних посередників та їх клієнтів, утворюючи канали розподілу різних рівнів, широти та глибини.

Кожен учасник каналу розподілу є окремим підприємством, яке прагне забезпечити власний максимальний прибуток, що не завжди є вигідним для усіх інших суб'єктів логістичного ланцюга постачання. Виходячи з того, що, як правило, жоден з учасників каналу не має повного або достатнього контролю над діяльністю інших, їх взаємодія будується за принципами теорії компромісів, що надає можливість врахувати інтереси кожного із них [4].

Незважаючи на зростання ціни продажу товарів за рахунок урахування логістичних витрат,

© Токмін Д. Л., 2013

використання логістичних посередників надає багато переваг, які дозволяють побудувати ефективну логістичну мережу збуту товарів для підприємства-виробника, а саме:

- підвищує його гнучкість та адаптивність до можливих змін у логістичній сфері збутової діяльності;
- знижує логістичні витрати виробника;
- надає доступ до нових ринків збуту;

- знижує ризики та тривалість логістичних циклів;
- дозволяє перейти від реактивного до прогнозного стилю управління збутовою діяльністю;
- суттєво підвищує асортимент послуг та якість обслуговування споживачів товарів.

На сучасному товарному ринку існує багато різноманітних посередників, які виконують як торговельні, так і логістичні операції, що дозволяє підприємствам-виробникам завжди вибрати бізнес-партнерів для організації ефективної системи збуту своїх товарів.

На рисунку показана схема взаємодії підприємства-виробника з торговельно-логістичним посередником.

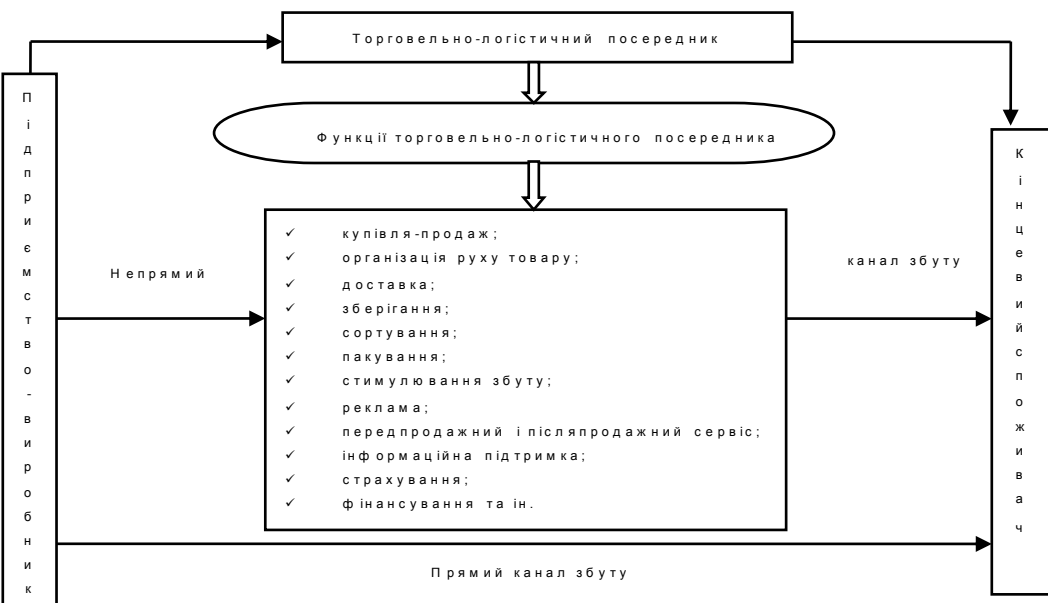


Рис. Схема взаємодії учасників процесу збуту

Очевидно, що не для кожного підприємства-виробника на певних етапах свого розвитку під силу ефективно реалізовувати весь комплекс функцій, пов'язаних з ефективною організацією збуту своїх товарів. Тому взаємовигідна взаємодія з торговельно-логістичними посередниками в умовах ринкової економіки є привабливою альтернативою в організації системи збуту товарів для підприємств-виробників, яка надає широкі можливості щодо розширення ринків збуту та підвищення ефективності їх збутової діяльності.

Наук. керівн. Сисоєв В. В.

Література: 1. Белявцев М. І. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібн. / М. І. Белявцев, Л. В. Шестопалова. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с. 2. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общ. и научн. ред. проф. В. И. Сергеева. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 976 с. 3. Крикавський С. В. Логистика. Для економістів : підручник / С. В. Крикавський. – Львів : Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2004. – 448 с. 4. Логистика : учебн. пособ. / Б. А. Аникин [и др.] ; под ред. Б. А. Аникина, Т. А. Родиной. – М. : ТК "Велби" ; Изд. "Проспект", 2008. – 408 с.