

Оцінка впливу конкуренції на ефективність каналів збуту



Маркетингова логістика

Принципова відмінність логістичного підходу від традиційного управління матеріальними потоками полягає в технічній, технологічній, економічній, організаційній і методичній інтеграції розрізнених матеріальних, інформаційних і навіть фінансових потоків та створенні матеріалопровідної системи. Здійснення такої інтеграції набагато складніше традиційного управління шляхом прийняття розрізнених рішень і водночас дає суттєвіший результат.

Тенденції, що призвели до необхідності звертання до концепції логістики

- Швидке зростання вартості транспортних послуг;
- Ефективність виробництва досягла максимуму;
- Відбулися докорінні зміни у філософії товарно-матеріальних запасів;
- Асортимент товарів суттєво розширився;
- Відбулися революційні зміни у сфері виробництва комп'ютерів і комунікаційних технологій;
- Поширення комп'ютерів і зростання їх використання у сфері бізнесу;
- З'явилися нові, великі мережі роздрібної торгівлі.

Організаційний механізм управління матеріальними потоками

Напрями у логістичних структурах управління за функціональними ознаками:

- планування;
- організація збуту;
- регулювання та контроль.

Організаційний механізм управління матеріальними потоками

До функцій планування відносять:

- розроблення перспективних та оперативних планів продажу;
- аналіз і оцінку кон'юнктури ринку;
- формування асортиментного плану виробництва за замовленнями покупців;
- вибір каналів розподілу і товароруху;
- планування рекламних кампаній і розроблення заходів зі стимулювання збуту;
- укладання кошторисів-витрат для цілей збуту та їх оптимізацію.

Організаційний механізм управління матеріальними потоками

До функцій організації збуту належать:

- організація складського і тарного господарства для готової продукції;
- організація продажу і доставка продукції споживачам;
- організація допродажного і післяпродажного обслуговування споживачів;
- організація каналів товароруку і розподільчих мереж;
- організація проведення рекламних кампаній та заходів зі стимулювання збуту;
- організація підготовки торговельного персоналу та управління діяльністю торговельних представництв;
- організація взаємодії всіх підрозділів підприємства для досягнення цілей збуту.

Організаційний механізм управління матеріальними потоками

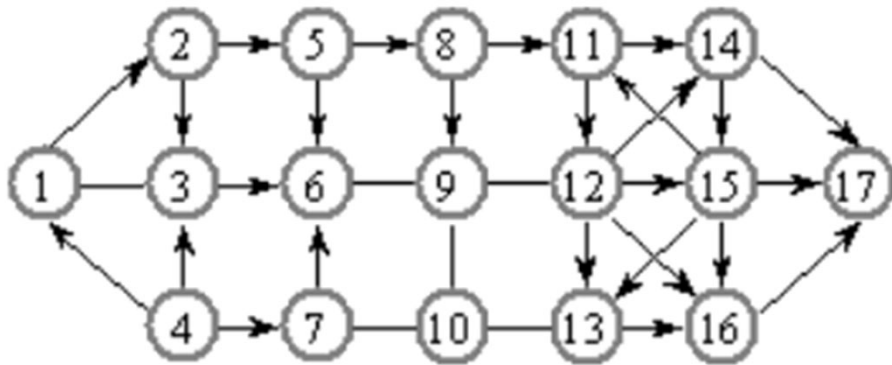
До функцій регулювання та контролю відносять:

- оцінку результатів діяльності;
- контроль за виконанням планів;
- оперативне регулювання збутової діяльності підприємства з урахуванням впливу зовнішніх та внутрішніх чинників;
- оцінку і стимулювання діяльності збутового апарату;
- статистичний, бухгалтерський та оперативний облік збутової діяльності.

Структура відділу управління матеріальним потоком



Мережна логістична модель процесу збуту



- 1 – вивчення купівельного попиту;
- 2 – формування портфеля замовлень;
- 3 – встановлення господарчих зв'язків зі споживачами;
- 4 – фінансування збутових досліджень;
- 5 – асортиментне завантаження виробничих потужностей підприємства;
- 6 – укладання договорів постачання (продажу);
- 7 – встановлення цін на товари, послуги і роботи;
- 8 – створення запасів готової продукції;
- 9 – вибір каналів розподілу;
- 10 – стимулювання збутовиків та перепродавців;
- 11 – організація доставки (постачання) продукції (послуг) споживачам (покупцям);
- 12 – контроль за виконанням договірних зобов'язань;
- 13 – розрахунки з покупцями і «посередниками»;
- 14 – надання послуг споживачам;
- 15 – оцінка виконання планів збуту;
- 16 – фінансування збутових операцій;
- 17 – задоволення платоспроможного попиту споживачів і одержання прибутку.

Стандарт обслуговування клієнтів



Логістичний процес на складі

Логістичний процес на складі містить такі елементи:

- розвантаження і приймання вантажів;
- внутрішньоскладське транспортування і перевалка вантажів;
- складування і зберігання вантажів;
- комплектація замовлень клієнтів і відвантаження;
- транспортування й експедиція замовлень;
- збір і доставка порожніх товароносіїв;
- контроль за виконанням замовлень;
- інформаційне обслуговування складу;
- забезпечення обслуговування клієнтів (надання послуг).

Управління і контроль складських запасів

Параметрами системи управління запасами є:

- точка замовлення – мінімальний (контрольний) рівень запасів продукції, за умови досягнення якого необхідно їх поповнити;
- нормативний рівень запасів – розрахункова величина запасів, яка досягається під час чергової закупівлі;
- обсяг окремої закупівлі;
- частота здійснення закупівель – тривалість інтервалу між двома можливими закупівлями продукції, тобто періодичність поповнення запасів продукції;
- поповнювана кількість продукції, за якої досягається мінімум витрат на зберігання запасу згідно із заданими витратами на поповнення і заданими альтернативними витратами інвестованого капіталу.

Управління і контроль складських запасів

В управлінні запасами готової продукції використовують такі технологічні системи:

- 1) систему управління запасами з фіксованим розміром замовлення;
- 2) систему управління запасами з фіксованою періодичністю замовлення;
- 3) систему зі встановленою періодичністю поповнення запасів до встановленого рівня;
- 4) систему «Мінімум–максимум».