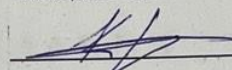


Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

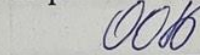
Бакалаврська дипломна робота на тему:

**УДОСКОНАЛЕННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ЗБУТОВОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Виконав: студент 4 курсу, групи Л-206
спеціальності 073 — «Менеджмент»

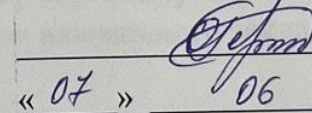
 Ляхович К.С.

Керівник: д.е.н., проф.

 Мороз О. О.

« 06 » 06 2024 р.

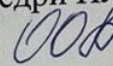
Рецензент: к.т.н., доц. каф. ЕПВМ

 Ратушняк О. Г.

« 07 » 06 2024 р.

Допущено до захисту

Завідувач кафедри ПЛМ

Мороз О. О. 

« 10 » 06 2024 р.

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту
Рівень вищої освіти - перший (бакалаврський)
Галузь знань – Управління та адміністрування
Спеціальність – 073 «Менеджмент»
Освітньо-професійна програма – «Логістика»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ПЛМ

д.е.н., професор Мороз О.О.



«18» березня

2024 р.

ЗАВДАННЯ

НА БАКАЛАВРСЬКУ ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Ляховичу Кирилу Сергійовичу

1 Тема роботи «Удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності торговельного підприємства» керівник роботи Мороз Олена Омелянівна д.е.н., професор, затверджено наказом вищого навчального закладу «11» березня 2024 року №80.

2 Строк подання студентом роботи 03.06.2024

3 Вихідні дані до роботи: підручники, посібники, які мають перекликання з темою роботи, періодичні видання, фінансові звітності досліджуваного підприємства, статистичні дані

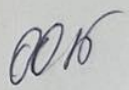
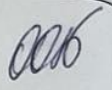
4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):

1. Теоретично-методичні аспекти логістичного менеджменту збутової діяльності підприємства
2. Аналіз логістичного менеджменту збутової діяльності ПАТ «СОЛДІ І КО»
3. Пропозиції і рекомендації щодо удосконалення системи збуту підприємства

5 Перелік графічного матеріалу Основні фінансові показники діяльності ПАТ «СОЛДІ І КО» за 2021-2023 роки; Динаміка зміни показників, що характеризують фінансовий стан підприємства

6 Консультанти розділів роботи приведені в таблиці 1.

Таблиця 1— Консультанти розділів роботи

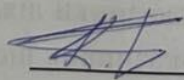
Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1-3	Мороз Олена Омелянівна, д.е.н., професор		

7 Дата видачі завдання 18.03.2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

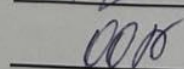
№ з/п	Назва етапів БР	Строк виконання	Підп
1	Формування та затвердження теми бакалаврської дипломної роботи (БДР)	11.03.2024р.	<i>вих.</i>
2	Виконання спеціальної частини БДР. Перший рубіжний контроль виконання БДР (1-й розділ БДР)	12.04.2024р.	<i>вих.</i>
3	Виконання спеціальної частини БДР. Другий рубіжний контроль виконання БДР (2-й розділ БДР)	03.05.2024р.	<i>вих.</i>
4	Виконання спеціальної частини БДР. Третій рубіжний контроль виконання БДР (3-й розділ БДР)	24.05.2024р.	<i>вих.</i>
5	Нормоконтроль. Попередній захист БДР	03.06.2024р.	<i>вих.</i>
6	Рецензування БДР	07.06.2024р.	<i>вих.</i>
7	Захист БДР	10-27.06.2024р.	<i>вих.</i>

Студент



Ляхович Кирило Сергійович

Керівник



д.е.н., професор Мороз Олена Омелянівна

АНОТАЦІЯ

Ляхович К.С. Бакалаврська дипломна робота на тему: Удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності торгівельного підприємства(на прикладі приватне акціонерне виробництво “СОЛДІ І КО”)

В першому розділі розглянуто теоретичні аспекти логістичного менеджменту збутової діяльності торгівельного підприємства.

В другому розділі проведений аналіз фінансових та економічних показників ПАТ “СОЛДІ І КО”, оцінка основних показників його діяльності та показників логістичної ефективності системи.

Третій розділ приділяє увагу розробці інноваційної ідеї та інтеграцію його в логістичну структуру збуту підприємства ПАТ “СОЛДІ І КО”.

Ключові слова: Компанія, підприємство, логістика, логістична система, ефективність, збут, збутова діяльність, процеси

ABSTRACT

Bachelor's Thesis by K.S. Lyakhovich

Title: Improvement of Logistics Management in Sales Activities of a Trading Enterprise (based on the example of the private joint-stock company "SOLDI I KO")

In the first chapter, theoretical aspects of logistics management in the sales activities of a trading enterprise are examined.

In the second chapter, an analysis of the financial and economic indicators of PJSC “SOLDI I KO” is conducted, assessing the main performance indicators and the efficiency of the logistics system.

The third chapter focuses on the development of an innovative idea and its integration into the sales logistics structure of PJSC “SOLDI I KO”.

Keywords: Company, enterprise, logistics, logistics system, efficiency, sales, sales activities, proc

ЗМІСТ

ВСТУП	6
ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	8
1.1 Загальний огляд логістичного менеджменту у збутовій діяльності	8
1.2 Основні принципи та поняття логістичного менеджменту в збуті.....	12
1.3 Роль логістики у забезпеченні ефективності збутової діяльності підприємства	16
ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАТ “СОЛДІ І КО”.....	22
2.1 Загальна характеристика підприємства ПАТ “СОЛДІ І КО”	22
2.2 Аналіз фінансового стану підприємства “СОЛДІ І КО”	30
2.3 Оцінка ефективності логістичної діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО”.....	39
УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ	44
3.1 Напрямок удосконалення та оптимізації логістичного менеджменту в збутовій діяльності підприємства	44
3.2 Ідея удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності	47
3.3 Результати інтеграції інноваційних ідей	51
ВИСНОВОК.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	57
ДОДАТОК А	60
ДОДАТОК Б.....	68
ДОДАТОК В.....	74

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. З переходом до ринкової економіки українські компанії, завжди мали проблеми з логістикою, як на мікрорівні (всередині компанії) і також на макрорівні, особливо це стосується розподільчої логістики, яка включає в себе усі елементи логістичної діяльності.

Постійний прогрес, повсякденний розвиток технологій, мають вплив на стан будь-якого ринку. Всі ці обставини створюють занадто жорсткі умови для компаній, які намагаються постійно конкурувати між собою на своєму ринку та займати лідируючі позиції. Проблеми, які постають перед організаціями, вирішуються шляхом впровадження в логістику компанії, автоматизованих системи, які мають на меті автоматизацію процесів контролю, планування та збуту товару.

Конкуренція та виконання стратегічних цілей прямо відображують конкурентний статус компанії на її ринку. Таким чином, збутова логістика є актуальною темою для великої кількості підприємств.

Сьогоденне становище на ринку створили умови, коли виробник не змушений забезпечувати доставку готової продукції до кінцевого споживача, а замість цього створюють складні системи вантажообігу, економіки, технологій. Ефективність діяльності підприємства за рахунок впровадження сучасних автоматизованих систем має прямий вплив для розвитку компанії на конкурентному ринку.

Над дослідженням теми збутової діяльності займалися багато вітчизняних та іноземних вчених такі як Назаренко І. П., Крикавський Є. В., Зінов'єв М. Г., Котлер Філіп, Баллоу Рональд, Ламберт Дуглас.

Мета і завдання дослідження. Метою дипломної роботи є дослідження можливості підвищення показників збутової діяльності торговельного підприємства за рахунок інтеграції сучасної системи онлайн збуту через онлайн мережі на базі підприємства ПАТ "СОЛДІ І КО". Дослідження має напрям на

аналіз теперішнього стану логістики загалом і розподільчої логістики окремо на підприємстві, визначення слабких та сильних сторін цієї системи.

Для досягнення поставленої мети потрібно виконати наступні завдання:

- Дослідити сутність та роль логістичного менеджменту в загальній системі управління підприємства;
- Оцінити ефективність логістичної систем на підприємстві;
- Проаналізувати основні показники даних інформації про ПАТ “СОЛДІ І КО”;
- Розробка напрямку удосконалення розподільчої логістики;

Об’єктом дослідження. В дипломній роботі об’єктом дослідження виступає процес збутової діяльності на підприємстві

Предмет дослідження. Предметом дослідження є сучасні методи управління збутовою діяльністю.

Методи дослідження. Під час дослідження використовувались різні методи приватні та загальні. Аналіз літературних джерел, семантичний метод – проаналізувати та зробити висновки основних термінів та понять логістичного збуту, розподільчої логістики. Метод фінансового аналізу – проаналізувати стан підприємства та його господарську діяльність на основі фінансових звітів за 3 останні роки. Графічний метод аналізу – для уточнення вже наданої інформації. SWOT та PEST – аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів впливу на підприємство, сильних, слабких сторін та можливостей, загроз.

РОЗДІЛ 1

ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Загальний огляд логістичного менеджменту у збутовій діяльності

Будь-яка діяльність компаній заснована на процесах, які є безперервними у виконанні. Процес логістики має в собі багато різних циклів: планування, збутова діяльність, транспортування, ведення обліку товару та інше.

Таблиця 1.1 – Що таке логістика з погляду науковців.

Автори	Визначення
Назаренко І.П [2]	Логістика – це науково обґрунтована система управління матеріальними і супутніми їм інформаційними потоками в процесі руху продукції від постачальників до кінцевих споживачів, що забезпечує оптимізацію витрат і ефективне використання ресурсів підприємства.
Крикавський Є. В.[3]	Логістика – це процес управління всіма аспектами постачання, виробництва і дистрибуції продукції з метою оптимізації ресурсів та підвищення ефективності діяльності підприємства, забезпечуючи таким чином своєчасне та якісне задоволення вимог споживачів.
Зінов'єв М. Г.	Логістика – це інтегрована система управління процесами постачання, виробництва, складування, транспортування і дистрибуції товарів, яка спрямована на досягнення високої ефективності і гнучкості ланцюгів постачання для задоволення потреб ринку при мінімальних витратах.

Продовження таблиці 1.1

Котлер Філіп [4]	Логістика – це процес управління рухом і зберіганням товарів від місця виробництва до місця споживання, включаючи інформаційні потоки, необхідні для забезпечення ефективності цього процесу.
Баллоу Рональд [5]	Логістика – це діяльність, що планує, реалізує та контролює ефективні та результативні прямі і зворотні потоки та зберігання товарів, послуг і відповідної інформації між точками їхнього походження і місцем споживання з метою задоволення вимог клієнтів.
Ламберт Дуглас [6]	Логістика – це частина процесу ланцюга постачання, що планує, реалізує та контролює ефективний та результативний прямий і зворотний потік та зберігання товарів, послуг і відповідної інформації між точками походження та споживання з метою задоволення вимог споживачів.

Функціонування та ефективне управління в середовищі підприємства суттєво залежить від стану господарювання суб'єкту його цілей та мети, від результати управління залежать всі майбутні успіхи компанії.

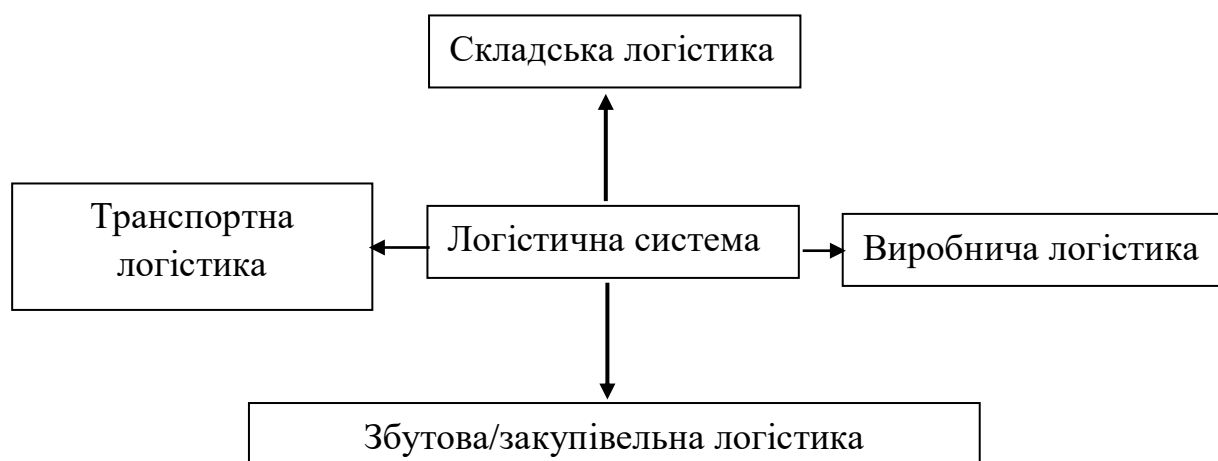


Рис. 1.1 – Поділ логістичної системи на окремі ланки

Логістичний менеджмент у збуті охоплює комплексний підхід до управління всіма етапами просування товарів від виробника до кінцевого споживача. Основні принципи цього процесу включають інтеграцію всіх логістичних функцій, оптимізацію витрат, забезпечення високої якості обслуговування клієнтів, а також гнучкість і адаптивність до змін ринкових умов.

Збутова логістика або розподільча логістика – це процес управління потоками матеріальних запасів підприємства від виробника або дистриб'ютора до кінцевого споживача, що включає в себе планування, організація та оптимізацію всіх видів діяльності на підприємстві пов'язаних з товарообігом. Вона є невід'ємною частиною загальної логістичної системи, що забезпечує ефективність організації.

Основним завданням логістики із збуту є забезпечення та оптимізація ефективного та своєчасного постачання матеріального потоку від точки А до точки Б відповідно потреб споживачів, з ціллю зниження витрат компанії на обіг товару та підвищення конкурентної позиції на ринку та отримання і підвищення прибутку компанії. Вона охоплює весь логістичний ланцюг системи розподілу і є органічною частиною системи. Цей вид логістики включає широкий спектр процесів від планування та прогнозування орієнтовних об'ємів збуту товару до управління цими товарами впродовж певного періоду.

Як і будь-яка ланка, розподільча логістика охоплює великий спектр діяльності та має свої окремі функції:

- прогнозування попиту – визначення майбутнього попиту товару для своєчасного забезпечення рівня продукції на залишках;
- планування закупки – створення координації між постачальником та компанією для поповнення запасів відповідно до прогнозування;
- прийом замовлень – виконання та передання замовлень виконавцям шляхом координації між відділами;
- моніторинг або аналіз – відслідковування інформації про статус замовлень та попиту, за допомогою аналізу ринків та впровадження сучасних систем управління для підвищення ефективності;

— управління реклаमाції - обробка скарг від клієнтів, обробка помилок, повернення коштів.



Рис 1.2 – Базові функції збутової логістики в просуванні матеріалопотоку

Розподільча логістика має прямий зв'язок із збутовою діяльністю. Збутова діяльність – це процес просування кінцевого товару на конкурентний ринок з урахуванням попиту споживачів, для отримання прибутку підприємством. Найефективнішою формою збутової діяльності є збутова логістика, основним завданням якої є розробка каналів товароруху.

Основні функції збуту та управління –збутовою діяльністю включають розподільчу логістику, яка охоплює процес реалізації, контролю та планування збуту товару до кінцевого клієнта. Це передбачає вибір відповідних рішень і методів для досягнення поставлених цілей.

Збут – діяльність підприємства, орієнтована на реалізацію продукції або послуги кінцевому споживачу або іншому підприємству, включаючи всі процеси, пов'язані з просуванням товару на ринку. Від ефективності збуту залежить здатність підприємства задовольнити попит споживачів, забезпечити безперервний потік доходів і досягти стратегічних цілей. Саме логістика вирішує питання збуту. Логістика забезпечує на торгівельному підприємстві найважливіші функції, без яких існування підприємства та отримання прибутку стає неможливими. На

торгівельних підприємствах логістичні системи забезпечують функцію збуту, просування продукції на ринку є неможливими.

1.2 Основні принципи та поняття логістичного менеджменту в збуті

Логіст зі збуту – це спеціаліст, який забезпечує ефективне управління рухом готової продукції від виробника до кінцевого споживача, включаючи планування, організацію, контроль та оптимізацію всіх процесів, пов'язаних із збутом, з метою максимального задоволення потреб клієнтів при мінімальних витратах та високій швидкості доставки[1]. Особливістю роботи цього спеціаліста виступає вдосконалення показників компанії за рахунок збільшення кількості продажу продукції і підвищення своєї значності на ринку та у результаті ефективності.

Основною ланкою збуту є менеджери або збутові логісти, головним обов'язком яких є організація та координація відповідно до замовлень. Менеджер або збутовий логіст має перед собою завдання розробити ефективну структуру збуту, укладення договорів із постачальниками або оптовими споживачами, що забезпечує постачання необхідної продукції від точки А до точки Б.

Менеджер – це фахівець, відповідальний за планування, організацію, керівництво та контроль діяльності організації або її підрозділу з метою досягнення поставлених цілей. Менеджер виконує функції управління ресурсами, приймає рішення щодо реалізації стратегій та забезпечує ефективну роботу команди.

Управлінську діяльність менеджер з логістики, який відповідає за збут, виконує за рахунок провірених часом або нових на ринку методів збуту, аналіз ринку товарів за допомогою спеціальних економічних показників та проектування поведінки ринку в тій чи іншій ситуації або суб'єктів ринку[7].

Управління логістикою направлено на досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку підприємства. Управління інвестиціями, інноваціями в логістиці, діяльність в області виробництва, фінансів, людських ресурсів та інформації сприяють реалізації стратегічних і всіх потокових процесів Ланцюжок " закупівля, транспортування, виробництво, складування та продаж ресурсів – обслуговування кінцевих користувачів" корпоративних тактичних цілей.

Канали збуту можуть бути різноманітними, але одним із найбільш прибуткових для великих компаній є участь у тендерах та виставках. Саме цю діяльність виконує збутовий логіст, який аналізує ринок, постачальників та орієнтовні цілі для компанії та розробляє плани отримання бажаних результатів. Крім того, він взаємодіє в процесі товароруху між перевізниками, покупцями або постачальниками, перевіряє якість та повноту товарів і звітує за результатами, підписуючи відповідні документи.

Висококваліфікований логістичний менеджер повинен володіти глибокими знаннями в суміжних областях, що перетинаються з його діяльністю, і розуміти функціонування загального менеджменту на підприємстві.

Основні проблеми, які повинен вирішувати логіст-менеджер:

— формулювання та глибоке розуміння концептуальних підходів до формування та прогресивного розвитку логістичних систем на різних ієрархічних рівнях включає в себе систематичне вивчення та аналіз інтеграції логістичних процесів з метою забезпечення оптимальної ефективності та відповідності стратегічним цілям підприємства;

— підбір конкретних цілей логістичної діяльності підприємства на стратегічну перспективу, їх вдосконалення протягом поточного періоду та досягнення з оптимальними матеріальними і нематеріальними витратами, є ключовим завданням, що передбачає адаптацію до змін в економічному середовищі та максимізацію ефективності ланцюга постачання;

— на основі аналізу взаємодії внутрішніх та зовнішніх елементів системи, включаючи всі етапи життєвого циклу, важливо розробляти й впроваджувати оптимальні рішення для оптимізації виробничо-господарської діяльності підприємства при обмежених ресурсах;

— розробка найефективніших заходів для об'єднання зусиль, ресурсів та можливостей підприємства та його партнерів в умовах сучасного бізнес-середовища включає в себе виявлення та вирішення конкретних проблем з метою досягнення стратегічних цілей і збереження конкурентних переваг у довгостроковій перспективі;

— інтеграція та адаптація методологічних положень та інструментів оптимізації до нових систематичних наукових знань, що дозволяють приймати і застосовувати відповідні багатовимірні і гнучкі, але конкретні управлінські рішення для отримання нових конкурентних переваг і вигоди в динамічному мінливому середовищі підприємства.

Поняття логістичного менеджменту в збуті включають управління матеріальними потоками, інформаційними потоками, а також управління взаємовідносинами з постачальниками і клієнтами. Це дозволяє створити ефективний ланцюг постачання, який забезпечує своєчасне і якісне постачання продукції, мінімізуючи витрати і максимізуючи задоволення потреб клієнтів.

Науковці, такі як Є.В. Крикавський, Н.Ю. Чернописька, Т.В. Божидарнік, Л.В. Балабанова, та інші, наголошують на важливості застосування сучасних економіко-математичних методів моделювання, інноваційних технологій і стратегічного планування у логістичному менеджменті. Це сприяє підвищенню ефективності логістичних процесів і досягненню стратегічних цілей розвитку підприємства.



Рис 1.3 – Вплив логістичного менеджменту на підприємство

Управління логістикою спрямоване на досягнення стратегічних і тактичних цілей розвитку підприємства. Управління інвестиціями та інноваціями в логістиці, діяльність у сфері виробництва, фінансів, людських ресурсів та інформації сприяють реалізації стратегічних та поточних процесів. Ланцюжок "закупівля, транспортування, виробництво, складування та продаж ресурсів – обслуговування кінцевих користувачів" підтримує досягнення корпоративних тактичних цілей.

Принципи управління логістикою відображають загальні положення діяльності підприємства, а також специфічні прагнення та завдання у сфері логістики, визначаючи його роль в економіці та суспільстві. Вони підкреслюють основний потенціал підприємства як головного ресурсу, необхідного для досягнення поставлених цілей.

Розуміння принципів логістичного менеджменту надає менеджерам можливість отримувати узагальнену та практичну інформацію через систематичні спостереження, а також застосовувати ці принципи для аналізу конкретних умов:

— принцип систематичності. Формування потокових процесів, виділення рухомих і конвертованих об'єктів в якості самостійних підсистем управління, а також систематичні взаємозв'язки між стратегічним плануванням підприємства і витратами на окремі логістичні операції і функції, пов'язані з постачанням і транспортуванням товарів. Як єдиний потоковий процес в логістичному ланцюжку, що дозволяє домогтися взаємодії управління логістикою з іншими елементами управління підприємством;

— принцип орієнтації на клієнта, що передбачає забезпечення високої якості обслуговування, швидке і точне виконання замовлень, а також гнучкість у реагуванні на змінні потреби клієнтів. Принцип гнучкості і адаптивності дозволяє швидко реагувати на зміни ринкових умов, впроваджувати нові технології і методи управління, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємства;

— принцип науковості. Об'єктивність інформаційних і наукових положень управління логістикою. Зміцнення обчислювальних принципів, адекватність рішень, прийнятих на всіх етапах управління потоковими процесами, від планування до системного аналізу. Виконує розрахунок всіх параметрів траєкторії

процесу течії. Визнання статусу пріоритетних ресурсів для кваліфікованого управлінського персоналу;

— принцип гнучкості. Механізми у логістичній системі, які надають змогу прогнозувати можливість тих чи інших тенденційних змін на ринку;

— принцип ефективності. Вміння логістичної ланки, менеджменту зі збуту при установлених рівнях розвитку відносин на ринку, технологій виробництва при конкретних суб'єктах системи мати за ціль досягти принципово можливих витрат;

— принцип варіантності. Підприємство, реагує на коливання споживчого ринку та попиту на ньому. Спрямоване створення запасних логістичних можливостей;

— активне використання інформації технології та сучасні методи моделювання і управління логістичними системами;

— принцип інтеграції означає, що всі логістичні функції, такі як закупівля, виробництво, складування, транспортування і розподіл, мають бути узгоджені та ефективно взаємодіяти між собою. Це дозволяє зменшити витрати і підвищити загальну ефективність логістичного процесу. Оптимізація витрат досягається через раціоналізацію всіх логістичних операцій, що дозволяє зменшити непродуктивні витрати та забезпечити максимальну рентабельність.

1.3 Роль логістики у забезпеченні ефективності збутової діяльності підприємства

Багато організацій та компаній сьогодні знаходяться в кризовому або передкризовому стані. Тому важливим питанням є вивчення особливостей сучасних економічних умов та досвіду успішної роботи закордонних організацій усіх форм власності. Однією з ключових характеристик є те, що ще до створення організацій та підприємств виникає проблема управління постачанням, виробництвом і продажем, яка повинна бути вирішена так, щоб найкращим чином задовольняти потреби споживачів при мінімальних витратах. Для вирішення цієї проблеми впроваджуються нові методи та технології управління, засновані на

концепції логістики, яка включає здійснення логістичної діяльності. Для ефективного управління логістичною діяльністю необхідно спочатку об'єктивно оцінити її ефективність.

Логістика відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності збутової діяльності компанії, впливаючи на всі аспекти процесу продажу продукції. Робота логістичного відділу полягає у забезпеченні постійного потоку кінцевого продукту від виробника або дистриб'ютора до споживача товару. Діяльність полягає в управлінні запасами та оптимізація запасів складу, організація транспортних операцій, забезпечення своєчасної доставки.

Критерії ефективності логістичного управління збутовою діяльністю є змінними. Вони варіюються залежно від фаз життєвого циклу компаній, специфіки та рівня розвитку їх ринків, попиту на товари та послуги, доступності фінансових та інших ресурсів, умов довкілля, а також різних внутрішніх факторів розвитку бізнесу.

Під час дослідження для оцінки ефективності логістичного менеджменту збутової діяльності можуть застосовуватися як кількісні, так і якісні показники. Для кількісної оцінки ефективності логістичного управління збутовою діяльністю необхідно застосовувати систему показників за визначеними критеріями. Це дає змогу аналізувати діяльність співробітників, які займаються купівлею-продажем товарів, а також виявляти, оцінювати та стимулювати можливості для покращення їхньої роботи.

Однією з важливих ролей логістики в продажах є управління запасами. Ефективне управління запасами дозволяє компаніям підтримувати оптимальний рівень запасів, запобігаючи як дефіциту, так і надлишку продукції. Це зменшує витрати на зберігання та збитки через недостатній попит. Прогнозування попиту та планування поставок є важливими аспектами цього процесу, оскільки вони можуть своєчасно реагувати на зміни ринкового середовища.

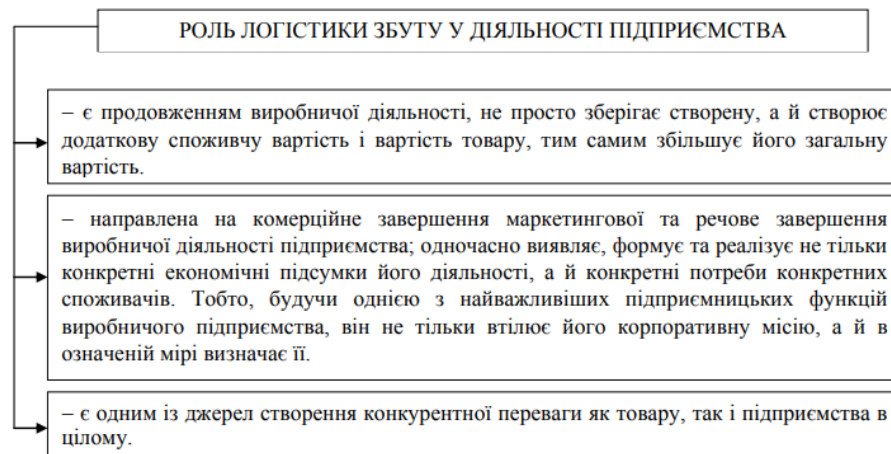


Рис 1.4 – Роль логістики збуту у діяльності підприємства

Управління інформаційними потоками є ще одним важливим аспектом логістики, що впливає на продажі. Новітня інформаційна система дозволяє компанії ефективно відстежувати запаси, замовлення і доставку товарів в режимі реального часу, забезпечуючи високий рівень контролю над логістичним процесом, підвищуючи точність прогнозування і планування, а також дозволяючи швидко реагувати на зміни попиту. Використовуючи сучасні інформаційні системи для відстеження запасів, обробки замовлень і відстеження доставки, компанія може швидко реагувати на мінливий попит і оптимізувати всі операції, знижуючи витрати на логістику та підвищуючи ефективність продажів.

Логістика забезпечує найважливішу функцію на торговому підприємстві, без якої неможливо буде забезпечити існування і прибуток підприємства. Ефективність операційної діяльності залежить від здатності компанії забезпечити своєчасну доставку товарів, оптимальне управління запасами і координацію всіх логістичних операцій. Ці логістичні функції дозволяють компанії не тільки задовольняти потреби споживачів, але і значно знижувати витрати, пов'язані з обробкою, зберіганням і транспортуванням товарів.

Логістика відіграє важливу роль у плануванні та контролі всіх етапів доставки товару. Зокрема, це включає планування потреб у запасах, щоб забезпечити достатню кількість товарів для задоволення попиту, але в той же час

для забезпечення стабільних поставок необхідні точні прогнози попиту та тісна співпраця з постачальниками та виробниками, що може призвести до додаткових витрат.

Логістика також відіграє важливу роль у забезпеченні післяпродажного обслуговування, такого як реклама, повернення товарів та технічна підтримка клієнтів. Ефективна система після продажного обслуговування допомагає підвищити лояльність клієнтів, що позитивно позначається на репутації компанії і забезпечує стабільний попит на продукцію. Це дозволяє компанії знижувати витрати, підвищувати задоволеність клієнтів і досягати стратегічних цілей на ринку

Головним критерієм оцінювання моделі логістичного управління збутовою діяльністю є нові можливості створення доданої вартості та забезпечення конкурентоспроможності підприємства[8].

Ураховуючи вищевикладене, слід відзначити, що результативність логістичного управління збутовою діяльністю визначається сукупністю умов та факторів (внутрішніх та зовнішніх), а саме:

— система економічних відносин передбачає оцінку таких аспектів: поточна система відносин у сфері товарно-грошового обміну; умови доведення товарів від виробника до споживачів; комплекс відносин, що включає юридичні, комерційні та технологічні операції; умови реалізації економічних інтересів виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів;

— умови та можливості узгодження інтересів виробника та споживача: Під час узгодження інтересів виробника та споживача враховуються такі умови та можливості: обґрунтованість стратегічних рішень у сфері продажів загалом і стратегії продажу конкретного товару конкретному покупцю, умови для максимізації вигоди від торговельної угоди для всіх партнерів із пріоритетним врахуванням інтересів та вимог проміжного або кінцевого споживача;

— система управління підприємством, яка враховує концепцію логістичного збуту, повинна оцінювати такі аспекти: наявність та ефективність

стратегії управління; комплексність процедур просування готової продукції на ринок для отримання прибутку; організація товарного обміну готової продукції з метою забезпечення підприємницького прибутку;

— процес управління логістикою в збуті повинен бути цілісним і охоплювати кілька ключових аспектів: планування обсягу товарів для реалізації з урахуванням очікуваного рівня прибутку; пошук та вибір найкращих партнерів-постачальників (покупців); проведення торгів, включаючи встановлення цін відповідно до якості товарів та попиту на них; ідентифікація та активне використання факторів, що сприяють збуту продукції та зростанню прибутковості.

Висновок РОЗДІЛ 1

Загальний огляд логістичного менеджменту у збутовій діяльності показує, що ефективне управління логістикою відіграє критичну роль у успішному функціонуванні підприємства. Основні принципи та поняття логістичного менеджменту в збуті включають планування, координацію та контроль за рухом товарів від виробника до кінцевого споживача, оптимізацію ланцюга постачання та забезпечення якості обслуговування клієнтів. Роль логістики у забезпеченні ефективності збутової діяльності підприємства полягає в зниженні витрат, підвищенні швидкості обігу товарів, удосконаленні сервісу та підвищенні задоволення клієнтів, що в свою чергу сприяє збільшенню конкурентоспроможності і прибутковості компанії.

Логістика є важливим фактором у забезпеченні ефективного взаємодії між виробниками та споживачами, сприяючи не лише оптимізації внутрішніх процесів підприємства, а й підвищенню задоволення клієнтів через швидкий доступ до товарів та послуг. У контексті сучасних економічних умов, де значення оперативності та якості обслуговування набуває особливого значення, логістика відіграє критичну роль у досягненні стратегічних цілей підприємства та забезпеченні його конкурентоспроможності на ринку.

На основі вивчення логістичного менеджменту у збутовій діяльності можна зробити висновок про ключові аспекти цієї галузі. Сучасні підходи до логістики в збуті вимагають комплексного підходу до управління ланцюгом постачання, включаючи планування запасів, оптимізацію транспортування та складського управління. Принципи такого управління включають точність відповіді на попит, мінімізацію затрат та максимізацію ефективності усіх процесів.

РОЗДІЛ 2

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПАТ “СОЛДІ І КО”

2.1 Загальна характеристика підприємства ПАТ “СОЛДІ І КО”

ПАТ “СОЛДІ І КО” (SOLDS & CO, Joint Stock Company) – це виробниче-комерційне підприємство, яке засноване в 1995 році і спеціалізується на поставках кріпильних виробів, будівельної хімії власного виробництва та виробництва відомих світових фірм.

METALVIS – виступає лідером на ринку кріпильних матеріалів та є власником 12 торговельних марок.

METALVIS – це торгова марка, що поєднує найширший в Україні асортимент товару та різноманітний спектр виробів кріплень з 1995 року. Постачальниками є понад 50 підприємств-виробників з 10 країн Європи та Азії такі як MMA s.r.l. (Італія), Wolters Gmbh (Німеччина), SRC (Тайвань), VIPA s.p.a. (Італія), Schafer + Peters Gmbh (Німеччина), Dresselhaus (Німеччина), Peiner Umformtechnik Gmbh (Німеччина), Lederer Gmbh (Німеччина), Elematic (Італія), Shanghai Fasteners (Китай) та ін. Абсолютна більшість позицій постійно знаходиться на складах компанії.

З моменту заснування і до теперішнього часу компанія постійно інвестує кошти у власне виробництво, розширення асортименту та нарощування запасів товарів, які проходять необхідний контроль якості.[9]

Результатами діяльності компанії та постійного підвищення кваліфікованого персоналу – є відкриття 11 філій по Україні і 9 офіційних дилерів, довіра тисяч замовників, серед яких багато відомих промислових підприємств, будівельно–монтажних організацій і торгових компаній, наприклад як ТОВ "Новокаховський електромашинобудівний завод", АТ "Укрзалізниця", КП "Київський метрополітен", ВАТ "Крюківський вагонобудівний завод", АТ "Мотор Січ" та інші

Таблиця 2.1– Юридична інформація про “СОЛДІ І КО”

Повне найменування юридичної особи	СОЛДІ І КО
Скорочена назва	СОЛДІ І КО
Код ЄДРПОУ	23162981
Дата реєстрації	26.12.1996
Керівник організації	Бондаренко Ігор Васильович
Організаційно-правова форма	Акціонерне товариство
Форма власності	Приватна власність

Структура ПАТ “СОЛДІ І КО” в загальному забезпечує функціонування всіх елементів на високому рівні, забезпечує комерційну, виробничу діяльність, а в результаті і остаточний сервіс орієнтований на клієнтів.

Організаційна структура ПАТ має територіально простягання по всій території України, в якій є окремі філії, які мають свою компетенцію відносно діяльності на ринку однієї або двох областей. Кожну окрему філію очолює директор філії, який і представляє її цілі перед вищим керівництвом, а саме директора Київської філії або Київського головного офісу. Загально філії мають свою ієрархію по якій вони функціонують в межах своєї території.



Рис 2.1 – Схема ієрархії філій

“СОЛДІ І КО” – створена на базі ПАТ і діє на стандартній структурі підприємств, які засновані, як ПАТ.

ПАТ(акціонерне товариство) – це один з видів господарського товариства, статутний капітал якого розділений на певну кількість акцій. Ці акції, в свою чергу, є свідченням права власності учасників товариства. Товариства поділяються на Закриті (ЗАТ) і Відкриті (ВАТ)[10]



Рис 2.2 – один із видів структури ПАТ

Організаційна структура ПАТ “СОЛДІ І КО”

Генеральний директор: очолює компанію та здійснює загальне керівництво.

Фінансовий директор: відповідає за фінансову діяльність компанії.

Бухгалтерія: веде бухгалтерський облік.

— відділ контролю фінансів: контролює фінансові потоки;

— відділ звітності: готує фінансові звіти.

Директор з маркетингу: відповідає за маркетингову стратегію компанії.

— відділ маркетингу: розробляє маркетингові кампанії;

— відділ реклами та PR: займається рекламою та зв'язками з громадськістю;

— відділ аналізу ринку: аналізує ринкові тенденції.

Директор з продажу: відповідає за стратегію продажів.

— відділ продажу: організовує процес продажів;

— відділ обслуговування клієнтів: забезпечує якісне обслуговування клієнтів;

- відділ підтримки продажів: допомагає у процесах продажів.

Директор з логістики: відповідає за логістичну діяльність.

- відділ логістики: координує логістичні операції;
- відділ транспортування та доставки: організовує транспортування та доставку товарів;
- відділ складування та запасів: відповідає за зберігання товарів та управління запасами.

Організаційна структура філії

- директор філії: є назначеною особою, яка керує філією, вирішує її питання та розробляє плани;
- відділ бухгалтерії: займається фінансовими питаннями філії, веде облік фінансів на закупку розхідних матеріалів;
- відділ складу: займається складанням та підготовкою товару до розвозки за маршрутом та товару під самовивіз;
- менеджери: знаходять нових клієнтів та отримуються замовлення від вже наявної бази та надсилають їх на склад.

Таблиця 2.2 – PEST аналіз

• Політичні фактори	• Законодавство щодо торгівлі та дистрибуції товарів. • Податкова політика та митні тарифи • Політична стабільність та відносини з іншими країнами, які можуть впливати на міжнародну торгівлю
• Економічні фактори	• Зміни в рівні інфляції та обмінних курсів, що впливають на вартість та прибутковість товарів • Економічна стабільність та рівень споживчої активності.
• Технологічні фактори	• Швидкий темп технологічних змін у роздрібній торгівлі та дистрибуції. • Вплив нових технологій на способи виробництва, складування та доставки товарів

Продовження таблиці 2.2

Соціокультурні фактори	- Демографічні зміни, такі як зростання або зменшення чисельності населення та зміни в структурі населення - Тренди споживчої поведінки та уподобання споживачів.
Геополітичні фактори	- Геополітична нестабільність, включаючи конфлікти та військові дії, які можуть вплинути на ланцюг постачання та діяльність компанії в регіонах. - Зміни в міжнародних торговельних угодах та тарифах, що можуть вплинути на міжнародну торгівлю та експортно-імпортні операції компанії.
Екологічні фактори	- Тренди в споживчому попиті на екологічно чисті товари та послуги. - Вплив екологічних проблем на ланцюг постачання та дистрибуцію товарів

PEST-аналіз підприємства "СОЛДІ І КО" виявляє вплив політичних, економічних, соціальних та технологічних факторів на його діяльність. Політичні чинники, такі як законодавчі зміни та політична стабільність, впливають на регуляції, податкові ставки і довіру інвесторів. Економічні умови, включаючи рівень ВВП, інфляцію та доходи населення, визначають купівельну спроможність споживачів та витрати на виробництво. Коливання валютних курсів також мають значний вплив на витрати підприємства, особливо у зовнішньоекономічній діяльності.

Соціальні фактори, такі як демографічні зміни та культурні цінності, впливають на споживчі вподобання та ринок праці. Високий рівень освіти працівників і споживачів підвищує вимоги до якості продукції та технологічних процесів. Технологічні інновації та автоматизація виробництва дозволяють підвищувати ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Важливо інвестувати в нові технології та дослідження для збереження лідерських позицій на ринку. Таким чином, врахування цих факторів допомагає "СОЛДІ І КО" приймати обґрунтовані управлінські рішення та сприяє успішному розвитку в довгостроковій перспективі.

Висновки PEST-аналізу свідчать про важливість розуміння зовнішнього середовища для успішної діяльності компанії. Політичні, економічні, соціокультурні та технологічні фактори мають значний вплив на операційну діяльність та стратегії розвитку. Стабільне політичне середовище та сприятлива економічна ситуація сприяють зростанню, тоді як соціокультурні зміни вимагають адаптації до нових споживчих трендів. Технологічні інновації відкривають нові можливості для оптимізації процесів та підвищення конкурентоспроможності. Екологічні та юридичні фактори підкреслюють необхідність сталого розвитку та відповідності законодавчим вимогам. Геополітичні умови впливають на стабільність ланцюга постачання та міжнародну торгівлю. Комплексний підхід до аналізу всіх цих факторів забезпечує "СОЛДІ І КО" конкурентні переваги та довгостроковий успіх у сучасних ринкових умовах.

Таблиця 2.3 – SWOT аналіз(сильні і слабкі сторони)

Сильні сторони	Слабкі сторони
— Широкий асортимент товарів - Компанія пропонує великий вибір продукції, що задовольняє потреби клієнтів. — Інноваційні технології - Активне використання сучасних технологій у логістиці та управлінні, що підвищує ефективність роботи. — Високий рівень обслуговування - Відома якість обслуговування та задоволенням потреб клієнтів. — Стратегічне розташування – Розташування всій областях України в вигідному розташуванні	— Залежність від постачальників Може виникати негативний вплив у разі перебоїв у постачанні товарів. — Високі логістичні витрати: Значні витрати на транспортування та доставку продукції. — Обмеженість у масштабуванні: — Проблеми з розширенням бізнесу через обмеженість ресурсів або інфраструктури.

Підприємство "СОЛДІ І КО" володіє рядом сильних сторін, які забезпечують його конкурентні переваги на ринку. Висока якість продукції підвищує довіру споживачів та лояльність до бренду, що є важливим фактором стабільності доходів. Використання інноваційних технологій у виробничих процесах сприяє

підвищенню продуктивності та ефективності, що дозволяє підприємству залишатися конкурентоспроможним. Сильна команда кваліфікованих працівників забезпечує інноваційність та адаптивність підприємства до змін ринкового середовища. Наявність широкої клієнтської бази гарантує стабільний потік доходів, що є ключовим для сталого розвитку підприємства.

Таблиця 2.4 – SWOT аналіз(можливості і загрози)

Можливості	Загрози
— Розширення ринку - Відкриття нових торгових точок та розвиток електронної комерції.	— Конкуренція-Зростання конкуренції на ринку роздрібної торгівлі, що може призвести до зниження прибутків.
— Зростання попиту на онлайн-покупки - Збільшення популярності інтернет-торгівлі відкриває нові можливості для бізнесу.	— Економічна нестабільність - Негативний вплив на споживчу активність та фінансові показники компанії через економічні кризи.
— Партнерство та кооперація: Встановлення стратегічних партнерств з іншими компаніями для розширення асортименту та покращення сервісу.	— Геополітичні ризики- Міжнародні конфлікти або нестабільність можуть вплинути на ланцюг постачання та діяльність компанії на зовнішніх ринках.

Незважаючи на значні переваги, підприємство "СОЛДІ І КО" має деякі слабкі сторони, які потребують уваги. Висока залежність від окремих постачальників може створювати ризики у разі перебоїв у поставках, що може негативно вплинути на виробничі процеси та виконання замовлень. Обмежена присутність на ринку у порівнянні з основними конкурентами може стримувати можливості для зростання та захоплення нових ринкових сегментів. Високі операційні витрати на виробництво та логістику знижують загальну прибутковість підприємства і можуть стати перешкодою для подальшого розширення та інвестування в нові проекти.

Підприємство "СОЛДІ І КО" має значні можливості для зростання, такі як розширення ринків збуту, розвиток нових продуктів через інвестиції в дослідження та розробки, впровадження екологічно чистих технологій та укладення

стратегічних партнерств. Ці можливості можуть забезпечити додаткові джерела доходу, підвищити привабливість бренду та покращити конкурентоспроможність.

Однак підприємство також стикається з низкою загроз, включаючи економічну нестабільність, коливання валютних курсів, зростання конкуренції, зміни в законодавстві та геополітичні ризики. Ці фактори можуть негативно вплинути на фінансові результати, підвищити операційні витрати та створити додаткові виклики для стабільності ланцюгів постачання.

Для максимальної реалізації можливостей та мінімізації загроз підприємству "СОЛДІ І КО" слід активно досліджувати нові ринки, інвестувати в розробку нових продуктів, впроваджувати екологічні технології та укладати партнерські угоди. Ретельний моніторинг економічних та політичних умов допоможе вчасно реагувати на зміни та знижувати ризики, забезпечуючи стійкий розвиток та довгостроковий успіх у сучасних ринкових умовах.

Таблиця 2.5 – SWOT матриця

	Сильні сторони	Слабкі сторони
Можливості	— Дослідження нових ринків , участь у міжнародних виставках — Розробка нових продуктів, інвестиції в розробку — Укладення стратегічних партнерств	— Диверсифікація постачальників, розробка резервних планів. — Активні маркетингові кампанії, вихід на нові ринки. — Оптимізація виробничих процесів, впровадження нових технологій.
Загрози	— Хеджування фінансових ризиків, створення фінансових резервів — Розвиток унікальних продуктів, підвищення якості та сервісу. — постійний моніторинг законодавства, швидка адаптація до нових вимог.	— Контроль витрат, використання фінансових інструментів для захисту від коливань. — Інновації в продуктах і процесах, покращення обслуговування клієнтів. — Адвокація інтересів бізнесу, участь у розробці нових регуляцій.

SWOT-матриця дозволяє підприємству "СОЛДІ І КО" зрозуміти, як використовувати свої сильні сторони для реалізації можливостей та протидіяти загрозам, а також як усунути слабкі сторони. Впровадження стратегій, спрямованих на розширення ринків збуту, розвиток нових продуктів, впровадження екологічних технологій та укладення стратегічних партнерств, допоможе підприємству зміцнити свої позиції на ринку. Одночасно "СОЛДІ І КО" повинно активно працювати над зменшенням залежності від постачальників, контролем операційних витрат та адаптацією до регуляторних змін і геополітичних ризиків. Це забезпечить стійкий розвиток і довгостроковий успіх підприємства у сучасних ринкових умовах.

2.2 Аналіз фінансового стану підприємства “СОЛДІ І КО”

В наш час, ринок кріпильної продукції є один із самих найбільш які користуються попитом на їх продукцію, в воєнний час продукція, яка допомагає уникати наслідків війни є на піку, продукція, яка використовується будь-де, від побутових речей чайників, холодильників до машин, танків та літаків. Особливе місце та позиції лідера на ринку продукції для кріплення та ремонту належить Приватному Акціонерному Товариству “СОЛДІ І КО” і дочірньому бренду “Metalvis”



Рис 2.3 – Логотип компанії METALVIS

На сьогодні ПАТ “СОЛІ І КО” виступає, як символ якості у своїх партнерів та користувачів по всій території України. Продукція завжди покращується та збільшується в лінійці для більшого та оптимального вирішення потреб своїх споживачів. Продукція, яку представляє “СОЛДІ І КО” є показовим прикладом якості навіть серед європейських партнерів.

Для аналізу економічних показників та фінансового стану діяльності Приватного Акціонерного Товариства “СОЛДІ І КО” за період 2021 року – 2023 рік використовуються дані фінансових звітів, оперативних даних та річних звітів.

Для самого початку потрібно провести аналіз чистого доходу та собівартості реалізованої продукції та визначити динаміку за 3 останні звітні роки. Отриманні результати зводяться в таблицю 2.6

Таблиця 2.6 – Основні економічні показники діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО” 2021–2023 рік

Показник	Роки			Відхилення			
	2021	2022	2023	2021-2022		2022-2023	
				Абс знач.	%	Абс знач.	%
Чистий дохід	1 198 011	940 005	1 356 312	-258006	-27,45%	416307	44,3%
Собівартість реалізованої продукції	771 981	556 050	868 761	-215931	-38,83%	312711	56,24%

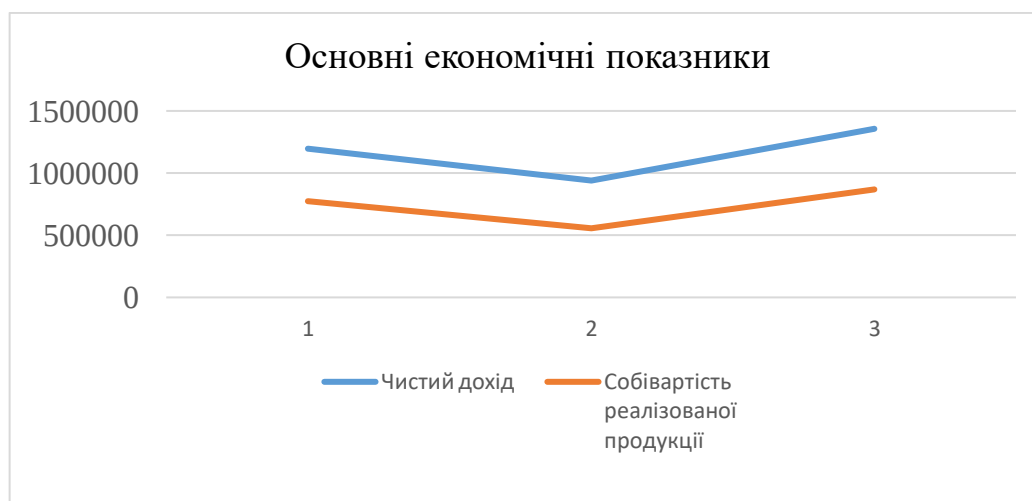


Рис 2.4 – Динаміка змін основних показників ПАТ “СОЛДІ І КО”

Аналізуючи дані отриманні з фінансової звітності та графіки побудовані на цих даних, можна зробити висновок, що дані з 2021 – 2023 роки чистий дохід та собівартість реалізованої продукції зазнали великих змін. Для прикладу у 2021 році дохід становить 1 198 011, що на 27.45% більше ніж у 2022. Отже, зробимо висновок що це все сталося через початок повномасштабної війни 24 лютого 2022 року, тому що коли ситуація зазнала стабілізації в 2023 році, ми бачимо збільшення чистого доходу порівняно з 2022 роком на 44,3%, тобто з 940 005 до 1 356 312, цей показник більше навіть за 2021 рік. Це все може свідчити про те що 2022 рік став не таким успішним через фактор війни, але вже в 2023 році компанія почала отримувати більше чистого доходу, на фоні більшого попиту на продукцію в наслідок ситуації в країні.

Таку саму тенденцію ми спостерігаємо і відносно собівартості реалізованої продукції, динаміка повторюється паралельно динаміки чистого доходу підприємства. Для прикладу візьмемо 2021 рік собівартість становить 771 981, а в 2022 році собівартість становить 556 050, що на 215 931 менше відносно минулого року і становить – 38,83% менше. А якщо розглянути 2022 – 2023 рік, ми можемо спостерігати показники 2022 рік – 556 050, а 2023 рік – 868 761, тобто на 312 711 більше минуло, що у відносному показнику буде 56,24%. Причиною наслідкові зв'язки виступають такі самі, як і в чистому доході підприємство почало повномасштабної війни, яка вплинула на весь Український бізнес.

Варто зауважити, що збільшення чистого доходу на пряму пов'язано з збільшенням собівартості продукції, тобто при збільшенні собівартості і показник чистого доходу відчув цей вплив.

Наступний аналіз даних буде спрямовувати увагу на зміну основних фінансових показників діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО”, а саме ми розглянемо: чистий прибуток підприємства, прибутки від операційної діяльності та розмір чистого прибутку, так само на прикладі 2021 – 2023 років. Розрахунку внесемо та зведемо до таблиці 2.7 та зробимо відображення рисунку 2.6 у вигляді графіку.

Таблиця 2.7 – Основні фінансові показники діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО” 2021–2023 рік

Показник	Роки			Відхилення			
	2021	2022	2023	2021-2022		2022-2023	
				Абс знач.	%	Абс знач.	%
Валовий прибуток	426030	383955	487551	-42075	-10.96%	103596	26.97%
Прибуток від операційної діяльності	91104	93562	124379	2458	2.7%	30817	32.94%
Чистий прибуток	77254	78490	102702	1236	1.6%	24212	30.84%

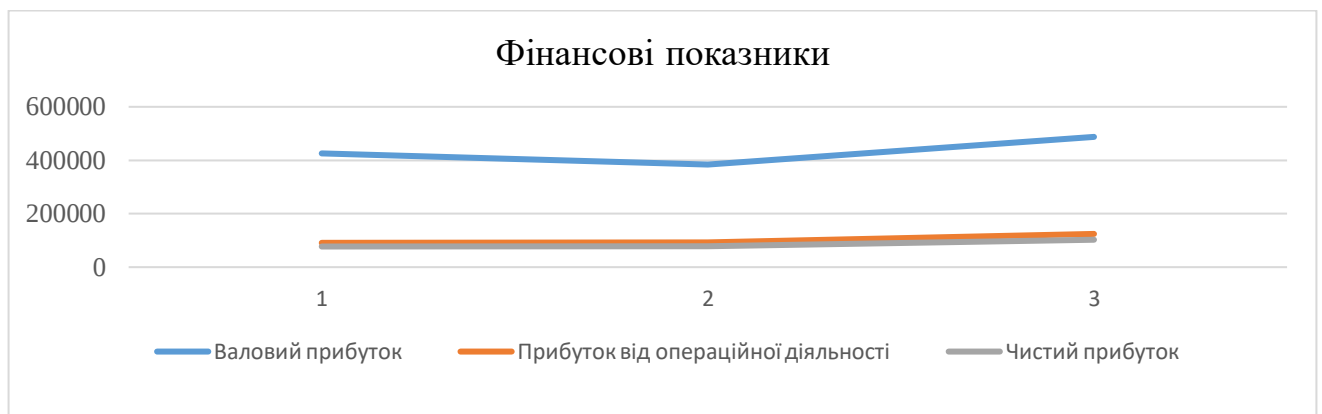


Рис 2.5 – Графік основних фінансових показників

Аналіз зміни динаміки основних фінансових показників діяльності підприємства, що передбаченні в таблиці 2.5 та на зображеному графіку 2.5, зображає чітко вираженні тенденцію. Аналіз та графік показує, що валовий прибуток мав чітку зону спаду з 2021 по 2022 рік, яка є -42075, у відсотковому показнику, це -10.96% за рік. За результатами аналізу 2022 і 2023 року ми можемо бачити збільшення на 103596 і відсотковому показнику це 26,97% з 2022 – 2023 рік. Цей показник показує нам результати діяльності компанії на просторах ринку та показує ефективність їх продажів. Порівняємо два самих прибуткових роки із трьох даних 2021 та 2023, ми можемо побачити, що навіть не дивлячись на складний

період в який попадає 2023 рік, він має валовий прибуток на 61521 більше ніж 2021, а у відсотковому відображенні 14,44%.

Аналіз прибутку від операційної діяльності та чистого прибутку, показує нам тенденцію що протягом 2021 – 2023 року, що обидва показника зазнають зросту.

Прибуток від операційної діяльності з 2021 року по 2022 рік веде за собою невеликий ріст у вигляді 2458, що у відсотках 2.7%, а с 2022 по 2023 ріст був на 30817, у відсотках це 32,94%, якщо зробити висновок росту с 2021 по 2023 рік то він буде 33 275, що у відсотках протягом трьох років буде становити 36,51% росту.

Чистий прибуток має таку саму тенденцію, як і прибуток від операційної діяльності. Зростання с 2021 по 2022 на 1236, що у відсотках становить 1.6% , с 2022 по 2023 рік ми бачимо більш стрімкий розвиток на 24 212 у відсотках 30.84%, Якщо розглянути загальний ріст за 2021 рік і 2023 рік, ми побачимо результат у вигляді 25 448, що за 3 роки становить 32,94%.

Проведення аналізу основних фінансових та економічних показників, можна помітити, що досить часто відбувається значне неспівпадіння в динаміці різних показників. Для прикладу відносно 2021 року та 2022 року можна побачити зменшення валового прибутку на майже 11% в той же час прибуток від операційної діяльності та чистий прибуток компанії збільшується в однаковому діапазоні на 1.5-3%. Але з 2021 році по 2023 рік всі показники зросли, їх динаміка стала позитивною. Цьому буде слугувати пояснення в нестабільності ситуації навколо компанії, тобто в макросередовищі і в середині компанії в мікросередовищі. Нестабільна ситуація спостерігається ще с 2020 року, початку пандемії на рік, потім короткий проміжок часу і знов, початок війни, це все вплинуло на весь бізнес в українському середовищі.

Наступним кроком аналізу стане, динаміка витрат підприємства, які є важливими для життєздатності підприємства. А саме матеріальні витрати, витрати на оплату праці, адміністративні витрати та витрати на збут, інші витрати, результати аналізу зведено в таблицю 2.8 та рисунок графіка 2.7

Таблиця 2.8 – Операційні витрати ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2021-2023 рік

Показник	Роки			Відхилення			
	2021	2022	2023	2021-2022		2022-2023	
				Абс знач.	%	Абс знач.	%
Матеріальні затрати	12544	12534	18732	-10	-0,08%	6,198	49,45%
Витрати на оплату праці	165 854	135 618	174 436	-30 236	-18,23%	38,818	28,62%
Витрати на відрахування соціальних заходів	44 927	35 851	46 984	-9 076	-20,20%	11 133	31,05%
Адміністративні витрати	67 588	53 289	68 754	-14 299	-21,16%	15 465	29,02%
Витрати на збут	270 243	227 960	310 827	-42 283	-15,65%	82 867	36,35%
Інші операційні витрати	11 454	21 269	12 238	9 815	85,69%	-9 031	-42,46%

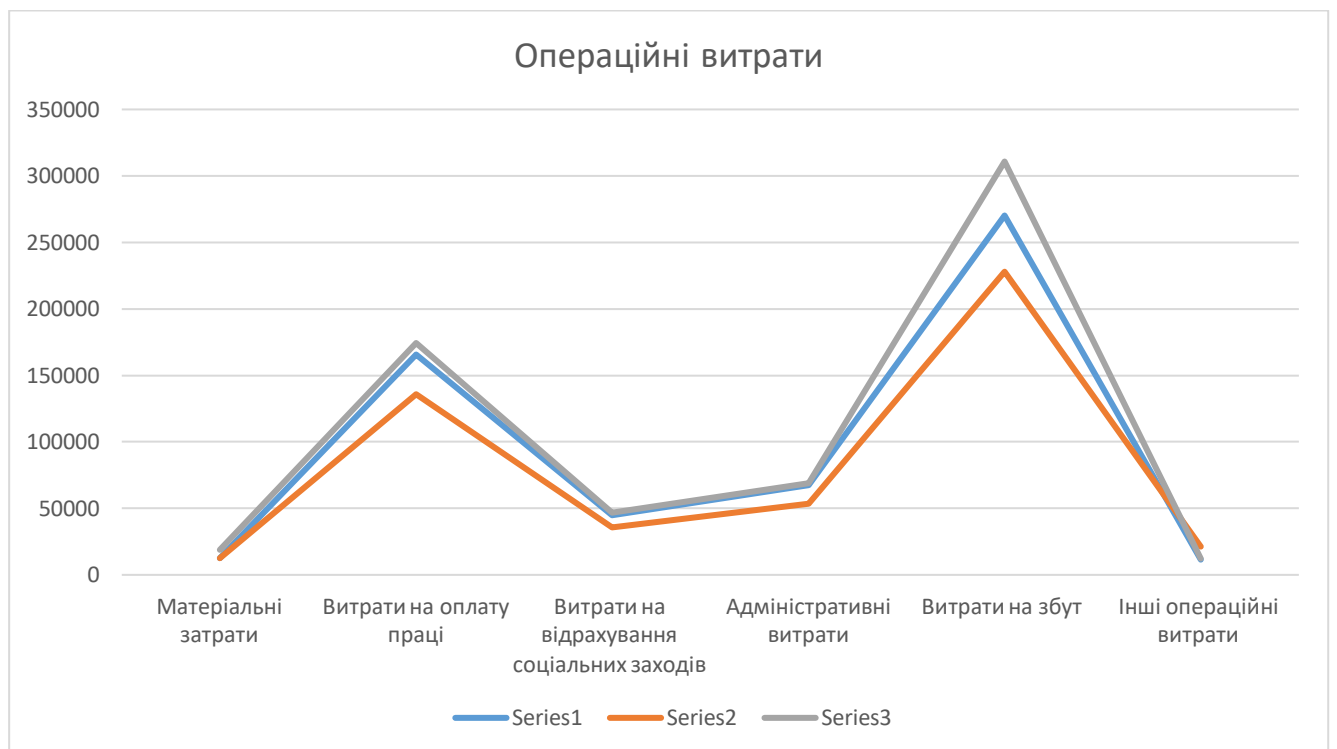


Рис 2.6 – Операційні витрати

Аналіз матеріальних потоків показав, у 2021-2022 роках матеріальні витрати залишилися майже незмінними, з незначним зменшенням на 10 тис. грн (-0.08%). Це свідчить про стабільність у вартості матеріалів та ефективність управління запасами. Проте, у 2022-2023 роках витрати значно зросли на 6,198 тис. грн (49.45%). Це може бути пов'язано з підвищенням цін на сировину та матеріали на ринку, змінами у виробничому процесі, або збільшенням обсягів виробництва, що вимагало більше матеріальних ресурсів.

Витрати на оплату праці значно зменшилися у 2021-2022 роках на 30,236 тис. грн (-18.23%), що може бути наслідком оптимізації кадрових ресурсів, скорочення персоналу або зменшення виплат. У 2022-2023 роках ці витрати зросли на 38,818 тис. грн (28.62%), що може вказувати на збільшення чисельності працівників, підвищення заробітних плат, залучення кваліфікованих спеціалістів або розширення бізнесу.

Витрати на соціальні заходи значно знизилися у 2021-2022 роках на 9,076 тис. грн (-20.20%), що може бути пов'язано зі зменшенням кількості персоналу або оптимізацією соціальних виплат. У 2022-2023 роках ці витрати зросли на 11,133 тис. грн (31.05%), що свідчить про збільшення чисельності персоналу, покращення соціального забезпечення працівників або зміну законодавчих вимог щодо соціальних відрахувань.

Адміністративні витрати також знизилися у 2021-2022 роках на 14,299 тис. грн (-21.16%), що може бути наслідком оптимізації адміністративних процесів, скорочення витрат на офісні потреби або реорганізації управлінської структури. Проте, у 2022-2023 роках вони зросли на 15,465 тис. грн (29.02%), що може свідчити про розширення адміністративного персоналу, збільшення витрат на управління або підвищення заробітних плат адміністративних працівників.

Витрати на збут значно зменшилися у 2021-2022 роках на 42,283 тис. грн (-15.65%), що може бути пов'язано зі скороченням витрат на маркетинг, рекламу або оптимізацією логістичних процесів. У 2022-2023 роках ці витрати зросли на 82,867 тис. грн (36.35%), що може свідчити про активізацію маркетингових кампаній,

розширення ринків збуту або збільшення витрат на логістику та доставку продукції.

Інші операційні витрати навпаки значно зросли у 2021-2022 роках на 9,815 тис. грн (85.69%), що може бути пов'язано з непередбаченими витратами, інвестиціями у нові проекти або збільшенням витрат на обслуговування бізнесу. Проте, у 2022-2023 роках вони знизилися на 9,031 тис. грн (-42.46%), що свідчить про завершення разових витрат або ефективне управління додатковими витратами.

Загалом динаміка витрат зберігається протягом трьох років на однаковому рівні, окрім інших операційних витрат. З аналізу можна визначити тільки позитивним те що інші операційні витрати зазнали зменшення, але якщо брати до уваги аналіз фінансових та операційних показників, то все є позитивно, при збільшенні показників прибутку, збільшується показники витрат.

Компанія СОЛДІ І КО. протягом аналізованих років зазнавала значних коливань у витратах. Зміни у матеріальних витратах, витратах на оплату праці та відрахування соціальних заходів вказують на адаптацію компанії до ринкових умов та внутрішню реорганізацію. Адміністративні витрати та витрати на збут також зазнали змін, що може свідчити про стратегію розширення та підвищення ефективності управління. Інші операційні витрати мали значні коливання, що може бути пов'язано з інвестиціями у розвиток та оптимізацію витрат. Ці зміни свідчать про динамічний підхід компанії до управління ресурсами та адаптацію до змін у зовнішньому та внутрішньому середовищі.

Результатом загального аналізу можна зазначити, що показники витрат, не є таким стрімкими, тобто компанія рухається в бік прибутку.

Аналіз рентабельності компанії СОЛДІ І КО. показав, що, незважаючи на значне зростання валового прибутку на 26.97% та чистого прибутку на 30.84% у 2022-2023 роках, суттєве збільшення матеріальних витрат (49.45%), витрат на оплату праці (28.62%) та витрат на збут (36.35%) може негативно вплинути на довгострокову рентабельність. Зниження витрат на соціальні заходи та адміністративні витрати у 2021-2022 роках тимчасово покращило рентабельність, але подальше їх зростання у 2022-2023 роках потребує додаткової уваги. Основним

завданням для компанії є оптимізація витрат, щоб зберегти і покращити фінансову стійкість та ефективність у майбутньому. Рентабельність власного капіталу (ROE) компанії СОЛДІ І КО. була стабільною у 2021-2022 роках з незначним зниженням на 0.39%, але значно зросла на 28.33% у 2022-2023 роках, що свідчить про покращення ефективності використання власного капіталу. Рентабельність реалізованої продукції знизилася на 9.86% у 2021-2022 роках, але збільшилася на 26.98% у 2022-2023 роках, що вказує на підвищення прибутковості продукції. Рентабельність активів за нерозподіленим прибутком зросла на 7.55% у 2021-2022 роках і на 5.69% у 2022-2023 роках, демонструючи стабільне збільшення. Рентабельність активів за чистим прибутком була стабільною у 2021-2022 роках з незначним зниженням на 0.93%, але значно зросла на 26.73% у 2022-2023 роках, що свідчить про покращення ефективності використання активів для отримання чистого прибутку.

Таблиця 2.9 – Аналіз показників рентабельності

Показник	Роки			Відхилення			
	2021	2022	2023	2021-2022		2022-2023	
				Абс знач.	%	Абс знач.	%
Рентабельність власного капіталу%	15,45	15,39	19,75	-0,06	-0.39%	4,36	28,33%
Рентабельність реалізованої продукції%	42,6	38,4	48,76	-4,2	-9,86%	10,36	26,98%
Рентабельність активів за нерозподіленим%	5.56	5,98	6,32	0.42	7,55%	0,34	5.69%
Рентабельність активів за нерозподіленим прибутком %	8,61	8,53	10,81	-0,08	-0,93%	2.28	26,73%

Отже, загальний аналіз свідчить про певну стабільність фінансових показників підприємства за розглянутий період, хоча були відзначені коливання в

окремі роки. Незважаючи на це, величина чистого доходу, валового прибутку та інших ключових фінансових показників загалом зросла протягом аналізованого періоду. Однак важливою проблемою є недостатнє зростання чистого прибутку, особливо в 2023 році, що може вплинути на подальший розвиток підприємства.

Загалом аналіз, дозволяє зробити висновок про рівень стабільності та потенційного ще більшого розвитку ПАТ “СОЛДІ І КО”, також вказує на гостру необхідність в змінні деяких аспектів управління компанією для отримання сталого постійного розвитку.

2.3 Оцінка ефективності логістичної діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО”

Оцінка ефективності логістичної діяльності вітчизняних підприємств є важливим завданням для їхнього успішного функціонування. Дослідження має актуальність через необхідність формування відповідних індикаторів, які б відображали рівень ефективності логістичних процесів. Ці індикатори слугують основою для створення ефективних управлінських механізмів у логістичній системі. Формування таких індикаторів, які базуються на економічних показниках, отриманих від впровадження логістичного підходу, а також на витратах на логістику, є важливим завданням для науковців та практиків у сфері логістики.

ПАТ “СОЛДІ І КО” – це успішне, доволі динамічно розвиваюче підприємство, яке виробляє кріпильну продукцію. Логістика відіграє найважливішу функцію у забезпеченні ефективної діяльності підприємства, адже від неї залежить безперебійне доставка продукції спочатку на склади, а потім до споживачів.

Для оцінки ефективності логістичної діяльності ПАТ «СОЛДІ І КО» застосуємо комплексний підхід, який включає аналіз рівня витрат на логістику, якості надання логістичних послуг, швидкості виконання замовлень, рівня запасів та використання транспортних засобів. Такий метод дозволить отримати об'єктивну оцінку ефективності логістичної системи підприємства та визначити можливі шляхи для покращення цієї діяльності.

Таблиця 2.9 містить дані про витрати на логістику ПАТ “СОЛДІ І КО”, загальні витрати у 2023 році становлять 391 819. Витрати на логістику становлять 14% від загальний витрат, що становить 54 854. Середній рівень витрат на логістичну діяльність коливається в рамках 8 – 15%. Таким чином затрати на логістичну діяльність ПАТ “СОЛДІ І КО” знаходиться у 2023 році в нормальних межах відносно галузі, що відповідає середньому рівню в галузі.

Таблиця 2.10 – Рівень витрат на логістику ПАТ “СОЛДІ І КО”

Показник	Значення	Одиниця виміру
Загальні витрати	391 819	Тис. грн
Витрати на логістику	54 854	Тис.грн
Рівень витрат на логістику	14	%
Середній рівень витрат на логістику по галузі	8-15	%

Аналізуючи логістичну діяльність, можна зробити висновок, що ПАТ “СОЛДІ І КО” надає високий та якісний логістичну діяльність та сервіс для клієнтів, який відповідає потребам споживачів.

Швидкість виконання замовлень є ключовим аспектом ефективності логістичної діяльності з кількох причин. У сучасних умовах зростаючої конкуренції швидкість стає вирішальним фактором для задоволення потреб споживачів. Швидке виконання замовлень дає змогу підприємству швидше виходити на ринок з новими продуктами або послугами, випереджаючи конкурентів. Це сприяє збільшенню ринкової частки та підвищенню конкурентоспроможності.

Виконання замовлень швидко сприяє збільшенню задоволеності клієнтів. Повільне виконання замовлень створює загрозу незадоволеності серед клієнтів і негативно впливає на їхнє враження від підприємства. Швидкі замовлення зменшують витрати на складування товарів та складське отримання, оптимізація

використання ресурсів. Це все дозволяє ефективно управляти запасами і забезпечує гнучке реагування на попит.

Якщо розглянути ефективність логістичної доставки і порівняти з конкурентами, є неможливими, так як поставки клієнтам діють тільки ПАТ “СОЛДІ І КО”, усі інші діють по принципу самовивозів зі складу.

На швидкість виконання логістичної діяльності також відноситься управління запасами підприємства. Недостатній рівень запасів на складі може призвести до затримок у виконанні замовлень точно в строк або навіть у невиконанні замовлення, що негативно позначиться на задоволенні клієнтів та репутації компанії. Але в одно час великі запаси, які складно реалізувати можуть призвести також до великих втрат, через збільшення витрат на зберігання та витрат від знецінення товарів.

Ефективне управління запасами полягає в досягненні оптимального балансу між наявністю необхідних товарів для задоволення клієнтських потреб і мінімізацією витрат на їх зберігання. Це включає використання методів прогнозування попиту, оптимізацію процесів замовлення та постачання та застосування технологій автоматизації управління запасами.

Управління запасами дає можливість забезпечити поставки точно в час, уникати витрат від падіння ціни на товар та зниження витрат на зберігання тривалий час, в результаті сприяє на ефективність діяльності підприємства.

Таблиця 2.11 – Оцінка запасів ПАТ “СОЛДІ І КО”

Запаси	2023
Запаси	497 140
Виробничі запаси	6 227
Готова продукція	25
Товари	490 888
Разом	994 280

Проаналізуємо закупівельну логістику підприємства, яка є одним із самих найважливіших елементів системи логістики. Безперервні поставки товару на склади підприємства в необхідній кількості, дають можливість мати ефективну логістичну цепку поставок до клієнтів, достатня кількість товару дає можливість заробляти більше прибутку. Поставки товару на склади кожної філії на території України відбуваються кожної неділі вівторок та середу з київського філіалу та одеського терміналу. Компанії важливо щоб кожна філія мала достатньо кількість товару для задоволення потреб клієнтів на своїй територіальній відповідальності. Термінали компанії поповнюються постійно з більш чим 50 постачальників із Європи та Китаю.

Ефективне управління закупівельною логістикою та налагодження її з іншими ланками системи надає великі перспективи для компанії, з якими вона справляється на відмінно.

Наступним та заключним етапом аналізу логістичної системи, стане логістика складування. Складська логістика це перед останній етап для продукції коли вона має попасти до клієнта, тому рівень складування, якість, облік товару на складі стають досить важливими елементами. Компанія ПАТ “СОЛДІ І КО” має склади по всій території, тому товари потрапляють і перебувають на складах згідно норм та строків. Для прикладу товари хімічного типу, як герметичні клеї або піни, на складах вони знаходяться великих кількостях тільки ті позиції, які мають найбільший попит серед клієнтів, але є і коли строки цих товарів виходять за межі придатності, в такому випадку відбувається збір цього товару та відправка їх на термінали для утилізації. Цикл великих поставок на склади на 5-8 тон, це раз в неділю, цикл поставок на склади окремих посилок орієнтованих під окремих споживачів із спеціальними товарами, це 2-3 рази в неділю.

На основі оцінки аналізу ефективності логістичної діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО” можна узагальнити та зробити висновок, підприємство управляє своєю логістичною системою ефективно. Під час аналізу виявлено високу якість логістичного сервісу, рівень запасів підприємства можна оцінити, як оптимальний, що дає висновок про ефективне управління складськими запасами. Додатково

визначили закупівельну логістику та процес функціонування складської логістики, за рахунок цих показників підтверджує гнучкість і ефективність системи взаємозв'язку логістики складу та закупок. В загальному, ПАТ “СОЛДІ І КО” показує себе, як продуктивну та ефективну логістичну діяльність, що і свідчить високий рівень компанії на ринку.

Висновок РОЗДІЛ 2

Отже, компанія ПАТ “СОЛДІ І КО” яка існує на ринку кріпильної продукції майже 30 років та займає найвищі лідируючі позиції по всіх аспектах серед конкурентів. Проведення економічного та фінансового аналізу, дає зрозуміти тенденцію компанії, ми побачили що компанія продає більше товарів в результаті чого отримує більше чистого прибутку, взагалі всі показники мають позитивну тенденцію за останні 3 роки. Аналіз логістичної системи підприємства, показує що логістичні відділи цієї системи працюють та розвиваються, логістична система діє на високому рівні та є ефективною для підприємства. Але є великий недолік у вигляді відсутності інформаційної частини, як для збуту так і для логістичної системи, відсутність цієї системи сповільнює підприємство.

РОЗДІЛ 3

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ

3.1 Напрямок удосконалення та оптимізації логістичного менеджменту в збутовій діяльності підприємства

У сучасний час, логістика є ключем до створення стану домінування підприємства на конкурентному ринку. Логістичні структури, збуту, планування та доставки є однаковими для всіх, отримують вищий прибуток ті, хто з цим інструментом працюють більш вдало з цією наукою.

Логістика відіграє одну із основних позицій у сучасній економіці, забезпечуючи своєчасний рух продукції, наданих послуг та інформації, створюючи ефективну діяльність для підприємства. Оптимізація логістичної системи та процесів є надважливим напрямком, який відкриває шлях до удосконалення для розвитку логістичних процесів ефективніше для компанії, за рахунок цього знижується витрати, підвищується рівень задоволеності клієнтів та збільшує конкурентні переваги.

Логістика – наука постійного прогресу, наука знаходження оптимального шляху оптимізації бізнес процесів для отримання більшої ефективності за рахунок пошуку нових методів або ідей. Компанії, які знаходять нові шляхи, за рахунок цього збільшують свої можливості та у результаті прибуток. Будь-яке нововведення ринку може перевернути його повністю. Новаторство в логістиці починається з ідеї, далі створення плану та введення в систему і інтеграцію в логістичної системи.

Ідея в логістиці – це інноваційне рішення або концепція, нового рішення для ринку, спрямована на підвищення та оптимізацію процесів логістичного рішення в бізнесі з метою управління матеріальними потоками, інформацією чи фінансами або навіть все одночасно в рамках ланцюга поставок. Будь-яка ідея, може включати нові підходи до збуту, планування або обробки замовлень, за рахунок використання сучасних технологій, інтернет мережі та автоматизації.

Ціллю нововведення є забезпечення більш високого та швидкого рівня обслуговування клієнтів, зниження витрат та підвищення конкурентного становища на ринку. Будь-яка ціль, орієнтується та ґрунтується на певних принципах, які залежать від призначення та підходів, які забезпечують ефективність і успішну реалізацію запланованого рішення.

Аналізуючи ринок послуг та підприємств, які займаються торгівлею, можна помітити фактор впливу запровадження в підприємство так званої електронної комерції або онлайн комерції, вона суттєво змінює погляди підприємств на канали збуту їх продукції. Електронна комерція для логістики збуту вже не є чимось новим на ринку.

Якщо заглибитися в історію цього явища, ми зможемо побачити розвиток, а саме:

- етап перший, запровадження на підприємства програмного забезпечення наприклад, як “1С”, який допомагає автоматизувати збут та діяльність логістики загалом;

- етап другий, створення перших веб-сторінок з загальною інформацією про підприємство, як інструмент маркетингу, а не логістики але в результаті майже всі веб-сторінки торгових підприємств починають переорієнтування на не просто веб-сторінки, а маленькі онлайн магазини, протягом, які з проходом певного часу стають повноцінними магазинами підміняючи живу комерцію;

- етап третій, запровадження соціальних мереж, для просування компанії та окремо товару, створення окремих посад та цілих відділів працівників, які мають займатися цією діяльністю. Далі з’являються платформи для перегляду відео, які виступають платформою для реклами товару та своєї компанії;

- етап четвертий, об’єднання всіх структур від програм з автоматизації діяльності та онлайн магазинів до відео платформ та соціальних мереж, це все діє як один великий механізм, який приносить компанії прибуток та популярність серед клієнтів та конкурентів.

Підприємство ПАТ “СОЛДІ І КО”, яке є об’єктом дослідження, активно функціонує на ринку та стикається з численними викликами у сфері збутової логістики. Ефективне управління логістичними процесами є критично важливим для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Основні проблеми, з якими стикається компанія, включають потребу в оптимізації витрат, покращення рівня обслуговування клієнтів та підвищення оперативності поставок. У цьому контексті, впровадження інноваційних логістичних рішень стає нагальною потребою для ПАТ “СОЛДІ І КО”.

Для впровадження удосконалення логістичної системи збутової діяльності та логістичного менеджменту компанії на повсякденній основі, ПАТ “СОЛДІ І КО” потрібно створити окремий підрозділ – логістичний підрозділ, який буде налічувати декілька людей та буде підпорядкований на пряму до головного керівництва компанії. Завданням цього підрозділу може слугувати не тільки вирішення проблем, а перегляд та впровадження інновацій в усі елементи логістичної структури.

Вакансії, які будуть в цьому підрозділі:

- начальник підрозділу, відповідає за стратегічні рішення та має прямий зв’язок з керівництвом;
- аналітик логістичного становища, працівник який буде аналізувати всі елементи логістичної діяльності підприємства та розробляти пропозиції відносно вирішення проблем;
- менеджер з продажу;
- СММ спеціаліст, людина яка буде займатись маркетингом для збутової діяльності.

Дослідження теоретичних підходів до покращення збутової логістики дозволяє виявити основні напрямки, в яких підприємство може вдосконалити свої операції. Інтеграція всіх етапів логістичного ланцюга, використання сучасних інформаційних технологій, автоматизація процесів та застосування методів

штучного інтелекту є ключовими елементами, які можуть значно підвищити ефективність логістичної діяльності компанії.

Логістика є ключом інструментом для підвищення продуктивності компанії, тому ПАТ “СОЛДІ І КО” має прагнути оптимізувати свою логістичну систему за рахунок удосконалення менеджменту логістичної діяльності в окремому вираженні збутової діяльності.

3.2 Ідея удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності

У сучасних умовах розвитку інформаційних технологій та зростання впливу соціальних мереж, все більше компаній звертаються до онлайн комерції як до одного з основних інструментів збільшення обсягів продажу та розширення каналів збуту.

Для підприємства ПАТ “СОЛДІ І КО”, розроблена ідея для покращення логістичної системи зі збуту та покращення логістичного менеджменту за рахунок інтернет мережі та скористатися можливістю в найближчому майбутньому сучасними тенденціями для підвищення своєї конкурентоспроможності та ефективності логістичної діяльності.

Ідеї удосконалення має на меті створення ще одного каналу збуту продукції та збільшення впливу інформаційної технології на прибуток компанії, за рахунок маркетингу в мережі інтернет за рахунок інтеграції комерційної діяльності через соціальної мережі такої як Instagram, використання онлайн платформ Facebook, Tik-Tok та YouTube для маркетингу та збільшення популярності бренду, це все може стати потужним каталізатором для розвитку компанії.

Пропозиція під номером першим. Комерційна діяльність за рахунок соціальної мережі Instagram, буде відбуватися за рахунок інструментів сервісу. Створення онлайн магазину бренду для ПАТ “СОЛДІ І КО” під їх дочірню компанію METALVIS. Для магазину буде розроблений індивідуальний дизайн код, щоб бренд мав свою впізнаваність на просторах інтернет мережі. Instagram буде вступати, як онлайн вітрина з товарами компанії, які можна буде замовити через індивідуального менеджера в особистих повідомленнях.

Цей інструмент в перспективі надає компанії шлях до розвитку та перехід від офлайн комерції до онлайн комерції, яка в сучасний час має в деяких окремих випадках більші прибутки, через менші операційні затрати та затрати на логістичну діяльність.

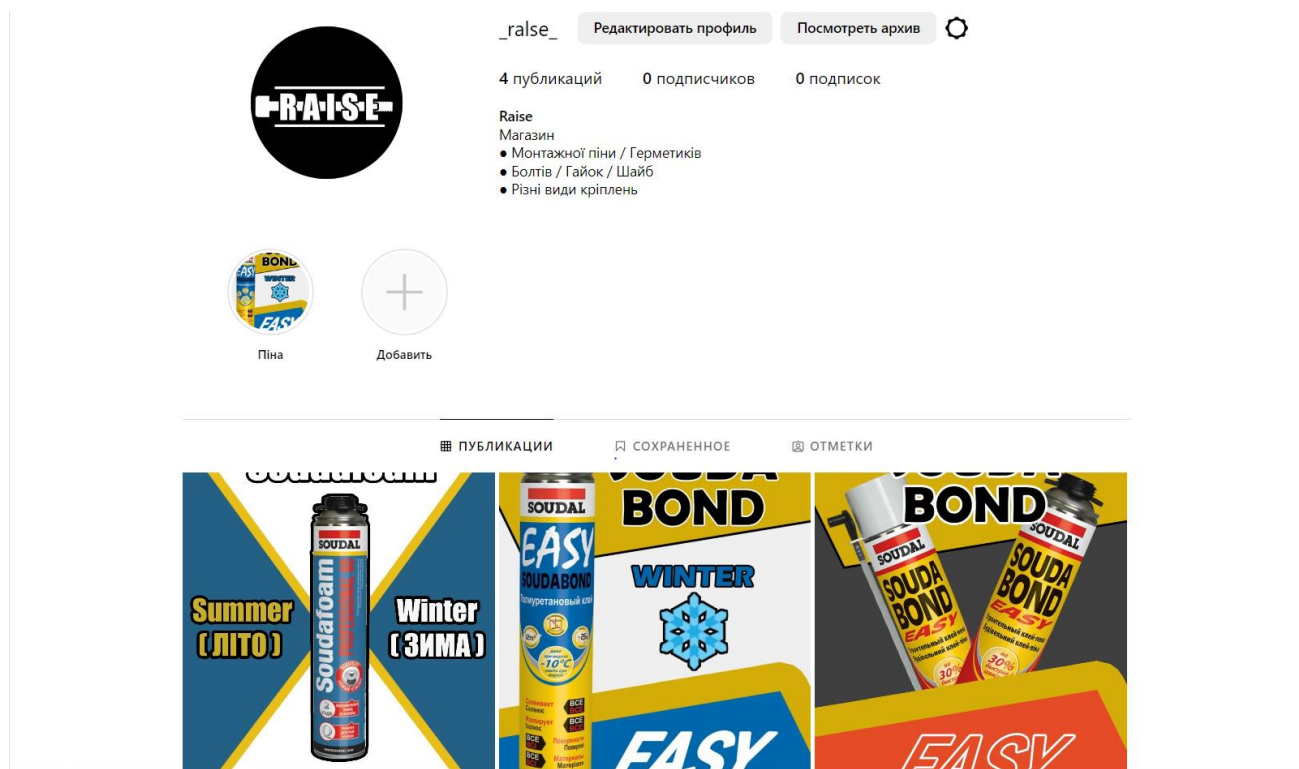


Рис 3.1 – Приклад розробленої сторінки в Instagram

Для онлайн вітрини в Instagram, розроблено окремі ілюстрації товару для кожної позиції, які включають в собі назву та призначення. Для більш детальної інформації буде додаватись опис для більш детальної інформації і розуміння клієнтів. Ілюстрації розробляються на основі аналізу психології споживачів в інтернет мережі та стандартам СММ спеціалістів, для результату зацікавлення та привертання уваги користувачів, які в майбутньому після перегляду стануть клієнтами онлайн магазину.

Можливості онлайн вітрини чудово слугують додатково, як і реклама. Майбутній клієнт буде дивитися свою соціальну мережу, випадково під його тематику може потрапитися рекламна ілюстрація товару і кнопка для переходу на онлайн магазин. Тим самим це і одночасно інструмент залучення клієнтів.



Рис 3.2 – Ілюстрації товару для онлайн вітрини

Мережа з онлайн вітринною буде працювати по принципу:

- клієнт знаходить необхідний товар;
- замовляє його через спеціаліста в онлайн спілкуванні;
- уточнюються дані доставки, щоб знати місце клієнта;
- відправляється замовлення на філію цього міста, якщо кількість товару відсутня, замовлення переходить на ближчу філію, яка відправляє товар поштою на відділення або поштоматів;
- клієнт отримує замовлення на філії свого міста або найближчому відділенні пошти.

Ця система орієнтована на збільшення збуту товару та підняття додаткового прибутку і тим самим компанія не втрачає клієнтів через відсутність товару на одній філії, так як існує об'єднана система замовлень.

Пропозиція під номером два. Створення Facebook для компанії загалом та кожної окремої філії, які будуть слугувати, як платформа для маркетингу. На сторінці будуть розміщуватись детальна інформація про компанію, розташування

філій в містах, рекламні пропозиції та посилання на онлайн магазин, що буде зв'язувати Instagram магазин та Facebook сторінку.

Прикладу соціальні мережі бренду, доводить що соціальні мережі майже не функціонують та не мають одного цілого механізму для всіх, а існують окремими ланками.

Створення однієї сторінки для усього бренду, дасть як і більш охопит аудиторії, яка зможе побачити інформацію про бренд так і більшу ефективність кожної окремої філії, якщо створити сторінки для кожної окремо.



Рис 3.3 – Приклад інформаційної сторінки філії в Дніпрі

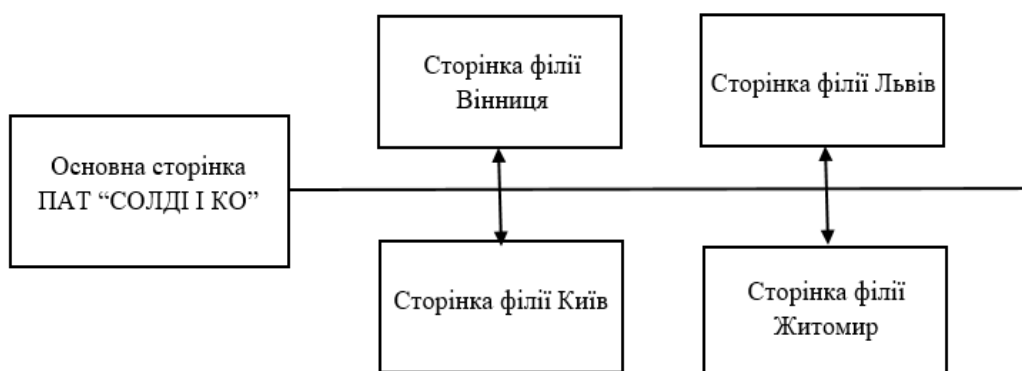


Рис 3.4 – Павутина між сторінками на базі Facebook

Пропозиція під номером три. Створення відео матеріалу на таких платформах, як YouTube та Tik-Tok. Метою відео матеріалу буде в тому щоб створювати матеріалу з відео відгуками, відео обзорами на продукцію від компанії, відтворення практичних застосувань на прикладі окремих позицій.

Використання YouTube, слугує створення відео від 5 хвилин до 10 хвилин, де буде детальний відеоматеріал спочатку про позиції з самим великим попитом, детальні відео обзори товару, розповідь про нього, відгуки клієнтів, які користувалися продукцією.

Використання Tik-Tok, слугує для створення окремих маленьких відео до 30 секунд, з рекламними пропозиціями або тестуванням продукції різними методами, щоб привертати увагу клієнтів до інших онлайн джерел.

3.3 Результати інтеграції інноваційних ідей

Вдала інтеграція інноваційних ідей для підприємства веде за собою збільшення ефективності збутової діяльності логістичної системи та збільшення прибутку підприємства та підвищення його конкурентних переваг над іншим компаніями на ринковому середовищі.

Інтеграція інноваційних ідей у діяльність підприємства має значний вплив на його ефективність та конкурентоспроможність. По-перше, впровадження новітніх технологій та методів дозволяє оптимізувати виробничі процеси, зменшуючи витрати та підвищуючи продуктивність. Завдяки інноваціям підприємство може скоротити час виробництва, покращити якість продукції та знизити витрати на матеріали та енергію. Це сприяє підвищенню загальної ефективності та збільшенню прибутковості компанії.

По-друге, інноваційні ідеї сприяють розвитку нових продуктів та послуг, що відповідають потребам сучасного ринку. Розробка та впровадження нових товарів дозволяє підприємству розширити свій асортимент, задовольняючи потреби більшої кількості споживачів. Це сприяє зростанню ринкової частки та підвищенню конкурентоспроможності компанії. Крім того, інновації можуть стати джерелом нових бізнес-моделей та стратегій, що дозволяють підприємству займати

лідуючі позиції на ринку та забезпечувати стабільний розвиток у довгостроковій перспективі.

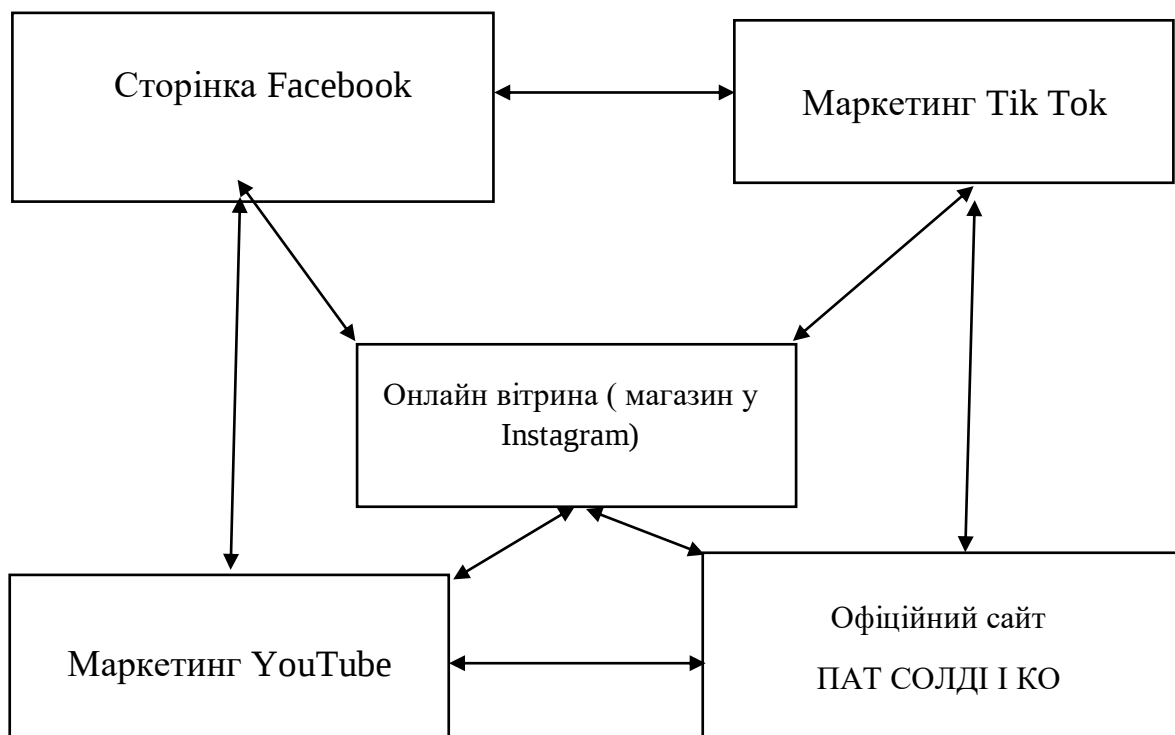


Рис 3.5 – Принцип функціонування інтеграції соціальних мереж на прикладі схеми

Впровадження на підприємство ПАТ “СОЛДІ І КО” збутової діяльності повинно збільшити результати збутової діяльності за рахунок всіх пропозицій поступово за 2-3 місяці, а в довгостроковій перспективі очікуваний результат повинен докорінно змінити результати збутової діяльності логістичного менеджменту та його стратегію.

Таблиця 3.1 – Очікуванні результати

Задача	Очікувані результати	Використання алгоритмів	Переваги	Недоліки
Інтеграція Instagram магазину	Збільшення продажів через соціальні мережі	Алгоритми таргетованої реклами, аналітики та рекомендацій	Прямий контакт з клієнтами, візуальна презентація товарів,	Необхідність постійного оновлення контенту, витрати на рекламу

Продовження таблиці 3.1

Створення Facebook сторінки	Підвищення обізнаності про бренд, інформування клієнтів	Алгоритми поширення контенту, аналітика взаємодії	Широке охоплення аудиторії, можливість швидкого інформування, інтеграція з іншими платформами	Витрати на просування сторінки, конкуренція за увагу користувачів
Впровадження YouTube каналу	Підвищення впізнаваності бренду, демонстрація товарів	Алгоритми рекомендацій, аналізу аудиторії	Візуальний контент для презентації товарів, довготривала взаємодія з клієнтами	Високі витрати на створення відео, необхідність регулярного оновлення контенту
Використання TikTok для маркетингу	Привернення уваги молоді аудиторії, вірусний маркетинг	Алгоритми трендів, вірусного поширення	Швидке поширення контенту, залучення нової аудиторії, низькі витрати на створення контенту	Непередбачуваність вірусного контенту, короткий термін актуальності трендів

Таблиця 3.2 — План рекомендацій

Захід, що пропонується	Відповідальні за реалізацію заходу	Терміни виконання	Витрати, грн	Економічний та інші види ефектів, грн	Примітка
Інтеграція Instagram магазину	Маркетинговий відділ	3 місяці	10 000	Збільшення продажів на 20%, 15 000	
Створення Facebook сторінки	Маркетинговий відділ	2 місяці	2 500	Підвищення обізнаності про бренд,	
Впровадження YouTube каналу	Маркетинговий відділ	6 місяці	20 000	Збільшення впізнаваності бренду, 20 000	
Використання TikTok для маркетингу	Маркетинговий відділ	4 місяців	5 000	Привернення уваги молоді аудиторії, 5 000	

Висновок РОЗДІЛ 3

Інтеграція цих платформ дозволить підприємству ПАТ «СОЛДІ І КО.» розширити свою присутність в онлайн-просторі, підвищити обізнаність про бренд, залучити нових клієнтів та збільшити продажі. Використання алгоритмів таргетованої реклами, аналітики та рекомендацій допоможе оптимізувати маркетингові кампанії та забезпечити ефективне використання ресурсів. Однак для досягнення успіху потрібно враховувати як переваги, так і недоліки кожної платформи, а також забезпечувати постійне оновлення контенту та активну взаємодію з аудиторією.

ВИСНОВОК

У даній роботі було всебічно досліджено логістичний менеджмент збутової діяльності на прикладі ПАТ “СОЛДІ І КО”. У першому розділі надано загальний огляд логістичного менеджменту у збутовій діяльності, зокрема визначено основні принципи та поняття, а також розглянуто роль логістики у забезпеченні ефективності збутової діяльності підприємства. Логістичний менеджмент є ключовим елементом, що сприяє оптимізації процесів постачання, зберігання і доставки товарів до кінцевих споживачів, забезпечуючи тим самим задоволення їхніх потреб та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Другий розділ присвячено детальному аналізу діяльності ПАТ “СОЛДІ І КО”. Зокрема, надано загальну характеристику підприємства, включаючи історію його розвитку, основні напрями діяльності та структуру. Було проведено аналіз фінансового стану підприємства, який показав, що ПАТ “СОЛДІ І КО” демонструє стабільні фінансові показники протягом розглянутого періоду, хоча були відзначені певні коливання у окремі роки. Особлива увага була приділена оцінці ефективності логістичної діяльності, що включала аналіз рівня витрат на логістику, якості надання логістичних послуг, швидкості виконання замовлень, рівня запасів та використання транспортних засобів. Було виявлено, що, незважаючи на загальну стабільність, існують можливості для подальшого покращення логістичних процесів, що дозволить знизити витрати та підвищити ефективність.

У третьому розділі розглянуто напрями удосконалення та оптимізації логістичного менеджменту у збутовій діяльності підприємства. Було запропоновано інтеграцію інноваційних ідей, таких як використання соціальних медіа платформ (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok) для маркетингу та покращення управління запасами через впровадження сучасних технологій і методів. Інтеграція Instagram магазину, створення Facebook сторінки, запуск YouTube каналу та використання TikTok для маркетингу дозволять розширити присутність компанії в онлайн-просторі, підвищити обізнаність про бренд, залучити нових клієнтів та збільшити продажі. Результати інтеграції інноваційних

ідей показали значний потенціал для підвищення ефективності та конкурентоспроможності підприємства.

Загалом, удосконалення системи збуту через оптимізацію логістичного менеджменту та впровадження інноваційних рішень є ключовим фактором для забезпечення стабільного розвитку та підвищення рентабельності ПАТ “СОЛДІ І КО”. Для забезпечення довгострокового успіху підприємству необхідно активно впроваджувати інновації, зосередитися на оптимізації витрат, ефективному управлінні запасами та швидкому реагуванні на зміни ринку. Це дозволить компанії зміцнити свої позиції на ринку, забезпечити стабільне зростання та підвищити задоволеність клієнтів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кайдалов Р.О., Павлов Я.В., Черкашина М.В., Науменко М.О., Герасименко В.М. Теоретичні та практичні аспекти забезпечення розвитку фінансово-економічних систем в умовах трансформаційних змін Харків, 2023. 223 с.
2. Назаренко О. В. Обліково-аналітичні аспекти групування витрат операційної діяльності логістичного сегменту підприємства. м. Суми. 2019. [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://repo.snau.edu.ua/bitstream/123456789/6661/1/Назаренко%20О.В.%20обл%20логіст%20сегменту.pdf>
3. Пилипенко О. І. Обліковий аспект логістичної стратегії в управлінні підприємством / О. І. Пилипенко // Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту: зб. наук, праць. - 2016. - № 1-2 . - С. 70-77.
4. Філіп Котлер, Гарі Армстронг. Основи маркетингу. Наук. світ, 2022. 880 с.
5. Сікетіна Н. Г. Виробничо-інноваційний потенціал як елемент адаптації підприємств України до мінливих умов. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(2). С. 91-95.
6. Майбогіна Н.В. Організація і методика аналізу збутової діяльності промислового підприємства : автореф. дис. ... канд. ек. наук : спец. 08.00.09 «Бухгалтерський облік, аналіз та аудит (за видами економічної діяльності)» / Н.В. Майбогіна. – Київ : КНЕУ, 2007. – 17 с.
7. Кузьменко А.В, Пильнєв В.Г. Логістичний менеджмент: обґрунтування поняття та основні принципи в системі управління підприємством [Електронний ресурс] — Режим доступу: http://pev.kpu.zp.ua/journals/2017/5_05_uk/30.pdf.

8. Комеліна О.В., Гаманко Р.С. Логістичне управління збутовою діяльністю підприємства: концептуальний підхід/ Мукачівський державний університет 520 с.

9. ПАТ "СОЛДІ І КО" [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://metalvis.ua/uk/company-soldi/>.

10. ЗАТ, ВАТ, ПАТ І ПРАТ – В ЧОМУ РІЗНИЦЯ? [Електронний ресурс] — Режим доступу: <https://test.pravogarant.com.ua/uk/publications/zat-vat-pat-i-prat-v-chomu-riznicja/>.

11. Хрупович С.Є. Теоретичні аспекти побудови системи управління збутовою діяльністю на промисловому підприємстві / С. Хрупович, Т. Борисова // Галицький економічний вісник. – 2006. – № 3. – С. 34–38

12. Терентьєва Н.В. Управління збутовою діяльністю в системі управління підприємством / Н.В. Терентьєва [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/2_2016/21.pdf

13. Глазкова К.О. Проблеми збутової політики сучасних українських підприємств / К.О. Глазкова // Вісник КНУТД Проблеми економіки організацій та управління підприємствами. – 2014. – № 3. – С. 102–107.

14. Балабанова Л.В., Митрохина Ю.П. Управління збутовою політикою / Л.В. Балабанова, Ю.П. Митрохина // Особливості управління збутовою політикою підприємства в умовах ринкової економіки

15. Федькович І. В., Удосконалення логістичної діяльності на підприємстві/ ДВНЗ Ужгородський національний університет 111-112 с

16. Удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності пат «металвіс» / К. С. Ляхович// Молодь в науці: дослідження, проблеми, перспективи (МН-2024) Вінниця 2024 р. 3 с. [Електронний ресурс].Режим доступу:<https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/mn/mn2024/paper/viewFile/21794/18037>

17. Harrison, Y., Johnson, S. (2009). Strategic Management: Concepts and Cases. National Book Palace Publishing. 694 p.

18. Rustem, I. (2015). Building Long-Term Customer Relationships: Strategies and Practice. Economics Publishing. 426 p.

19. Тридід О. М., Таньков К. М. Логістичний менеджмент: навчальний посібник [Текст] / За ред. проф., д-ра екон. наук О. М. Тридіда. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. 224 с.

20. Вплив логістики на конкурентоспроможність підприємства / М.М. Єгоров, О.О. Руденко. Економіка та управління. 2019. №2. С. 137-144.

ДОДАТОК А

Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2023 рік

Баланс (Звіт про фінансовий стан)		
Актив		
Назва рядка	На початок звітного періоду. ТИС ГРН	На кінець звітного періоду. ТИС ГРН
I. Необоротні активи		
Нематеріальні активи	12 234.00	11 219.00
Первісна вартість	21 756.00	25 299.00
Накопичена амортизація	9 522.00	14 080.00
Незавершені капітальні інвестиції	839.00	15 177.00
Основні засоби	88 116.00	110 766.00
первісна вартість	194 817.00	225 990.00
знос	106 701.00	115 224.00
Інвестиційна нерухомість	2 432.00	2 295.00
первісна вартість	2 580.00	2 580.00
знос	148.00	285.00
Інша фінансові інвестиції	64 936.00	64 936.00
Усього за розділом I	168 557.00	204 393.00
II. Оборотні активи		
Запаси	497 140.00	367 912.00
Виробничі запаси	6 227.00	5 947.00
Незавершене виробництво	276	
Готова продукція	25	
Товари	490 888.00	361 965.00
Дебіторська заборгованість за продукцію, товари, роботи, послуги	83 851.00	99 449.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками: за виданими авансами	19 703.00	12 413.00

Продовження таблиці Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2023 рік

Інша поточна дебіторська заборгованість	21 398.00	22 745.00
Гроші та їх еквівалент	3 163.00	4 391.00
Готівка	117.00	164.00
Рахунки в банках	3 046.00	4 227.00
Витрати майбутніх періодів	618.00	567.00
Інші оборотні активи	1 973.00	1 860.00
Усього за розділом	628 427.00	511 503.00
Баланс	796 984.00	715 896.00
Пасив		
Власний капітал Зареєстрований	1 800.00	1 800.00
Нерозподілений прибуток	645 123.00	593 926.00
Усього за розподілом I	646 923.00	595 726.00
Довгострокове забезпечення	9 103.00	12 549.00
Товари, роботи, послуги	84 031.00	26 315.00
Розрахунками з бюджетом	14 361.00	11 010.00
У тому числі з податку на прибуток	6 100.00	4 493.00
Розрахунками зі страхування	224.00	223.00
Розрахунками при оплаті праці	131.00	81.00
За одержання авансами	9 184.00	9 593.00
Інші поточні зобов'язання	33 027.00	60 399.00
Усього за розділом III	140 958.00	107 621.00
Баланс	796 984	715 896.00

Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2022 рік

Баланс (Звіт про фінансовий стан)		
Актив		
Назва рядка	На початок звітного періоду. ТИС ГРН	На кінець звітного періоду. ТИС ГРН
I. Необоротні активи		
Нематеріальні активи	13 435.00	12 234.00
Первісна вартість	20 198.00	21 756.00
Накопичена амортизація	6 763.00	9 522.00
Незавершені капітальні інвестиції	2 940.00	839.00
Основні засоби	94 535.00	88 116.00
первісна вартість	186 270.00	194 817.00
знос	91 735.00	106 701.00
Інвестиційна нерухомість	2 556.00	2 432.00
первісна вартість	2 564.00	2 580.00
знос	8.00	148.00
Інша фінансові інвестиції	64 936.00	64 936.00
Усього за розділом I	178 402.00	168 557.00
II. Оборотні активи		
Запаси	381 805.00	497 140.00
Виробничі запаси	8 342.00	6 227.00
Незавершене виробництво	276	
Готова продукція	63	25
Товари	373 124.00	490 888.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	30 836.00	21 398.00
Гроші та їх еквівалент	3 913.00	3 163.00
Готівка	56.00	117.00
Рахунки в банках	3 856.00	3 046.00
Витрати майбутніх періодів	640.00	618.00
Інші оборотні активи	1 944.00	1 973.00
Усього за розділом	555 497.00	627 882.00

Баланс	733 961	796 439
--------	---------	---------

Продовження таблиці Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2022 рік

Пасив		
Власний капітал Зареєстрований	1 800.00	1 800.00
Нерозподілений прибуток	566 186.00	644 676.00
Усього за розподілом І	567 986.00	646 476.00
Довгострокове забезпечення	8 562.00	9 103.00
Товари, роботи, послуги	70 859.00	84 031.00
Розрахунками з бюджетом	5 742.00	14 263.00
У тому числі з податку на прибуток	5 741.00	6 002.00
Розрахунками зі страхування	212.00	224.00
Розрахунками при оплаті праці	218.00	131.00
За одержання авансами	11 630.00	9 184.00
Інші поточні зобов'язання	68 752.00	33 027.00
Усього за розділом ІІІ	157 413.00	140 860.00
Баланс	733 961.00	796 439.00

Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2021 рік

Баланс (Звіт про фінансовий стан)		
Актив		
Назва рядка	На початок звітного періоду. ТИС ГРН	На кінець звітного періоду. ТИС ГРН
I. Необоротні активи		
Нематеріальні активи	9 310.00	13 435.00
Первісна вартість	14 292.00	20 198.00
Накопичена амортизація	4 982.00	6 763.00
Незавершені капітальні інвестиції	1 393.00	2 940.00
Основні засоби	62 578.00	94 535.00
первісна вартість	145 050.00	186 270.00
знос	82 472.00	91 735.00
Інвестиційна нерухомість	0	2 556
первісна вартість	0	2 564
знос	8.00	8.00
Інша фінансові інвестиції	32 216.00	64 936.00
Усього за розділом I	105 497.00	178 402.00
II. Оборотні активи		
Запаси	257 887.00	381 805.00
Виробничі запаси	5 445.00	8 342.00
Незавершене виробництво		276
Готова продукція	88	63
Товари	252 354.00	373 124.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	48 965.00	30 836.00
Гроші та їх еквівалент	16 064.00	3 913.00
Готівка	122.00	56.00
Рахунки в банках	15 942.00	3 856.00
Витрати майбутніх періодів	379.00	640.00
Інші оборотні активи	1 174.00	1 944.00

Продовження таблиці Фінансова звітність(Баланс) ПАТ “СОЛДІ І КО” за 2021 рік

Усього за розділом	424 575.00	555 497.00
Баланс	530 072.00	733 961.00
Пасив		
Власний капітал Зареєстрований	1 800.00	1 800.00
Нерозподілений прибуток	488 932.00	566 186.00
Усього за розподілом I	490 732.00	567 986.00
Довгострокове забезпечення	8 015.00	8 562.00
Товари, роботи, послуги	16 310.00	70 859.00
Розрахунками з бюджетом	7 360.00	5 742.00
У тому числі з податку на прибуток	2 010.00	5 741.00
Розрахунками зі страхування	138.00	212.00
Розрахунками при оплаті праці	657.00	218.00
За одержання авансами	5 166.00	11 630.00
Інші поточні зобов'язання	1 694.00	68 752.00
Усього за розділом III	31 325.00	157 413.00
Баланс	530 072.00	733 961.00

Звіт про фінансові результати		
Фінансові результати		
Назва рядка	За 2023	За 2022
Чистий дохід від реалізації продукції	1 356 312.00	940 005.00
Собівартість реалізованої продукції	868 761.00	556 050.00
Валовий прибуток	487 551.00	383 955.00
Інші операційні доходи	28 647.00	11 580.00
Адміністративні витрати	68 754.00	52 744.00
Витрати на збут	310 827.00	227 960.00
Інші операційні витрати	12 238.00	21 269.00
Фінансовий результат від операційної діяльності	124 379.00	93 562.00
Інші фінансові доходи	615.00	374.00
Інші доходи	439.00	3 174.00
Інші витрати	244.00	912.00
Фінансовий результат до оподаткування	125 189.00	96 198.00
Витрати з податку на прибуток	-22 487.00	-17 261.00
Чистий фінансовий результат	102 702	78 937
Елементи на операційні затрати		
Матеріальні затрати	18 732.00	12 534.00
Витрати на оплату праці	220 663.00	169 208.00
Відрахування на соціальні заходи	43 026.00	33 057.00
Амортизація	23 933.00	18 327.00
Інші операційні витрати	85 465.00	68 847.00
Разом	391 819.00	301 973.00

Звіт про фінансові результати		
Фінансові результати		
Назва рядка	За 2022	За 2021
Чистий дохід від реалізації продукції	940 005.00	1 198 011.00
Собівартість реалізованої продукції	556 050.00	771 981.00
Валовий прибуток	383 955.00	426 030.00
Інші операційні доходи	11 580.00	11 454.00
Адміністративні витрати	52 744.00	67 588.00
Витрати на збут	227 960.00	270 243.00
Інші операційні витрати	21 269.00	8 549.00
Фінансовий результат від операційної діяльності	93 562.00	91 104.00
Інші фінансові доходи	374.00	1020.00
Інші доходи	3 174.00	1 958.00
Інші витрати	912.00	79.00
Фінансовий результат до оподаткування	96 198.00	94 003.00
Витрати з податку на прибуток	-17 261.00	-16 749.00
Чистий фінансовий результат	940 005.00	77 254.00
Елементи на операційні затрати		
Матеріальні затрати	12 534.00	12 544.00
Витрати на оплату праці	169 208.00	198 559.00
Відрахування на соціальні заходи	33 057.00	42 448.00
Амортизація	18 327.00	15 809.00
Інші операційні витрати	68 847.00	77 020.00
Разом	301 973.00	346 380.00

ДОДАТОК Б

Вінницький національний технічний університет
Факультет менеджменту та інформаційної безпеки
Кафедра підприємництва, логістики та менеджменту

ІЛЮСТРАТИВНИЙ МАТЕРІАЛ

до бакалаврської дипломної роботи на тему:

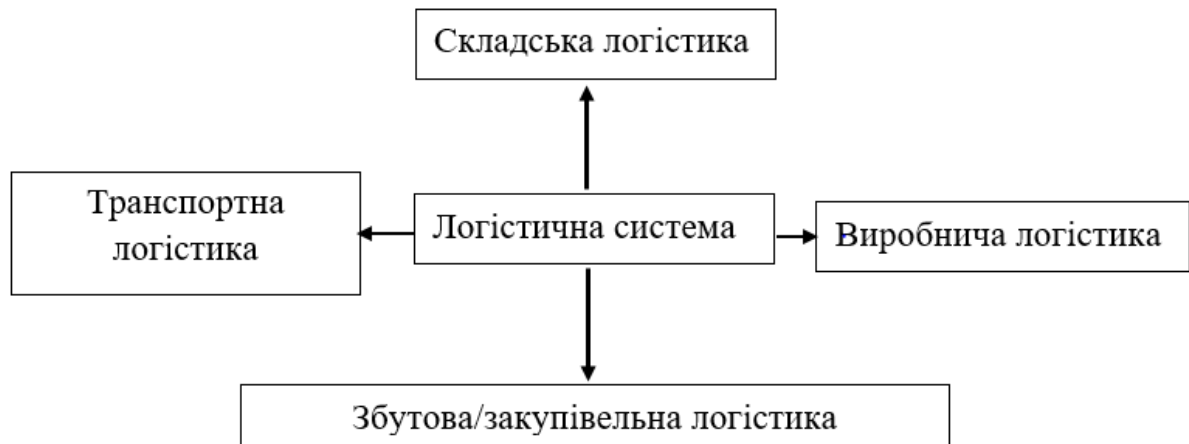
«Удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності торгівельного підприємства(на прикладі приватне акціонерне виробництво “СОЛДІ І КО”»

Виконав: студент 4 курсу, групи Л-206
спеціальності 073 «Менеджмент»

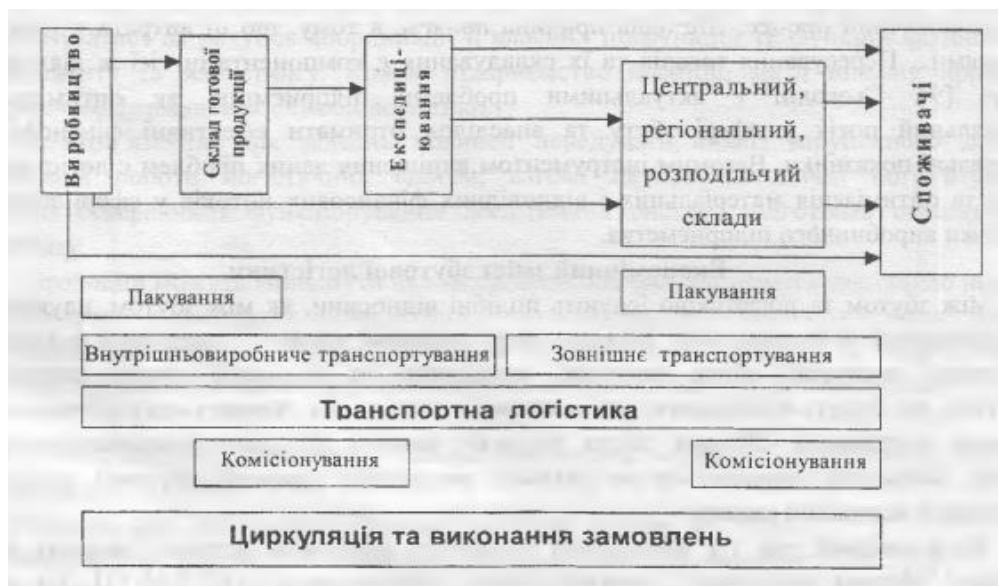
Ляхович К.С. _____

Керівник: к.е.н., доцент каф. ПЛМ

Краєвська А.С. _____



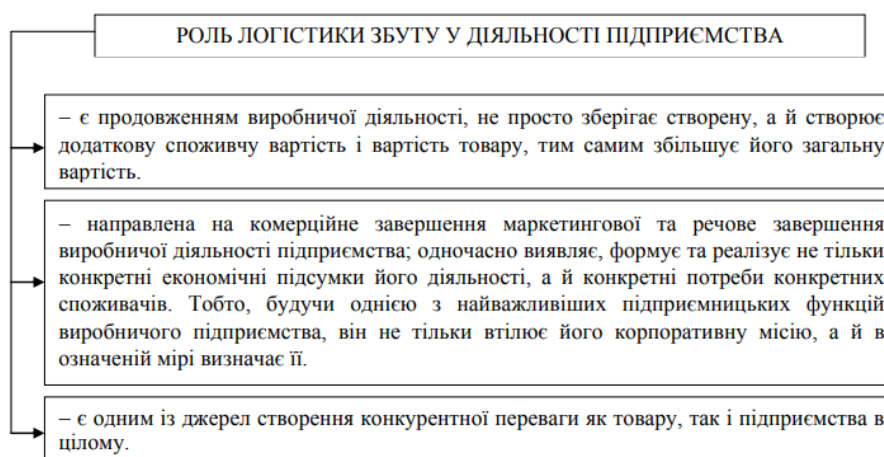
Ілюстрація 1 — Поділ логістичної системи на окремі ланки



Ілюстрація 2 — Базові функції збутової логістики в просуванні матеріалопотоку



Ілюстрація 3 – Вплив логістичного менеджменту на підприємство



Ілюстрація 4 – Роль логістики збуту у діяльності підприємства



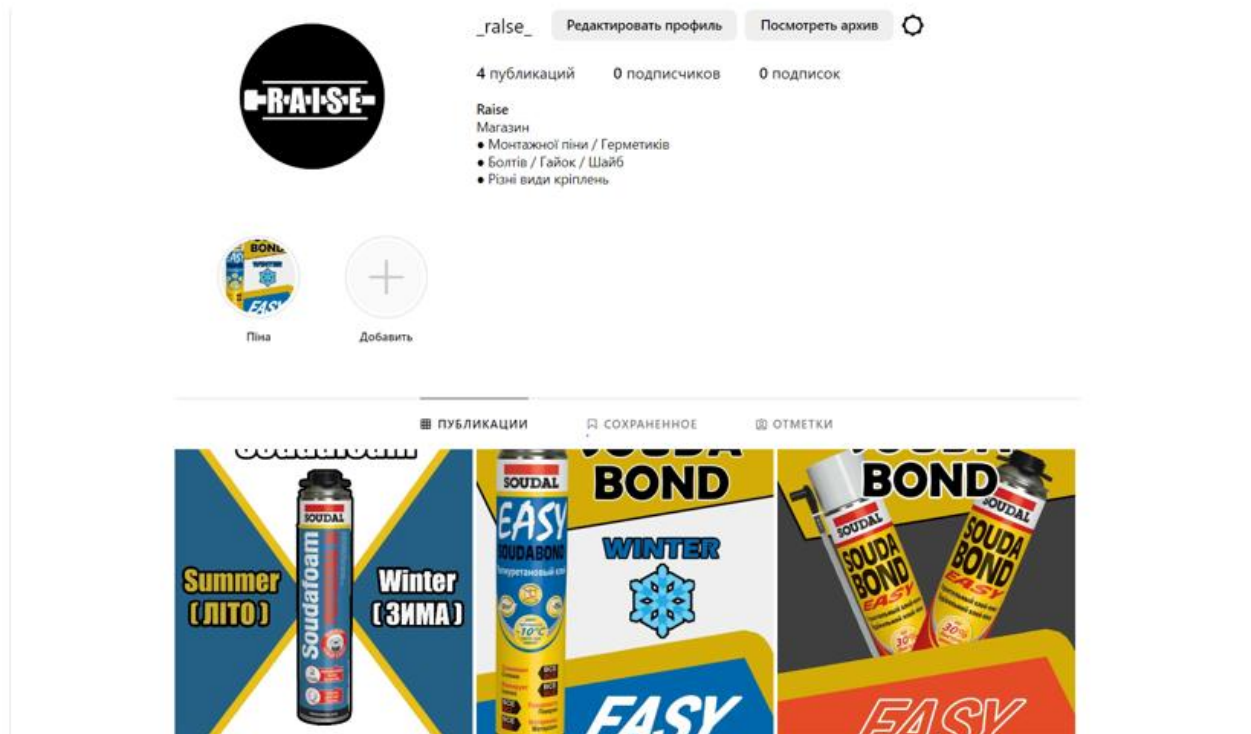
Ілюстрація 5 — схема ієрархії філій



Ілюстрація 6 — один із видів структури ПАТ



Ілюстрація 7 – Логотип компанії METALVIS



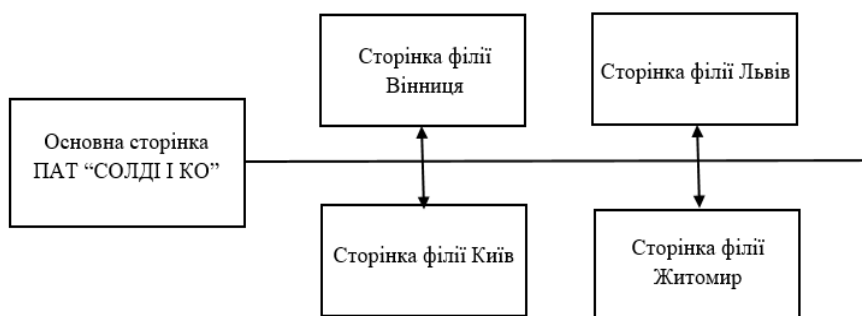
Ілюстрація 8 — Приклад розробленої сторінки Instagram



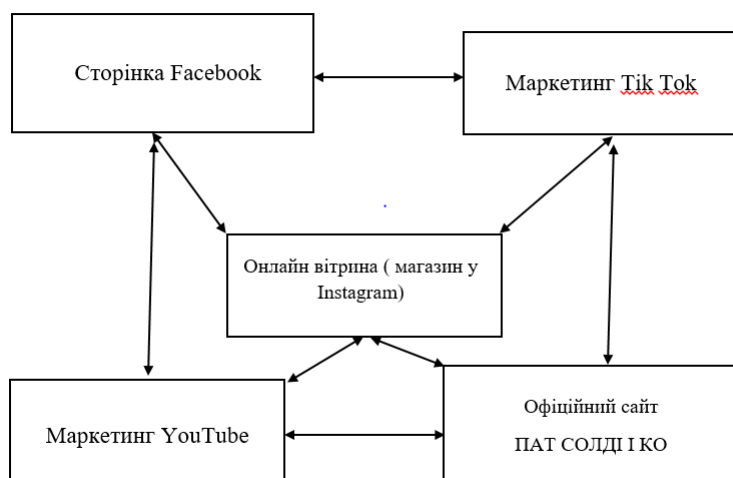
Ілюстрація 9 – Ілюстрації товару для онлайн вітрини



Ілюстрація 10 – Приклад інформаційної сторінки філії в Дніпрі



Ілюстрація 11 – Павутина між сторінками на базі Facebook



Ілюстрація 12 — Принцип функціонування інтеграції соціальних мереж на прикладі схеми

ДОДАТОК В

ПРОТОКОЛ ПЕРЕВІРКИ БАКАЛАВРСЬКОЇ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ НА НАЯВНІСТЬ ТЕКСТОВИХ ЗАПОЗИЧЕНЬ

Назва роботи: Удосконалення логістичного менеджменту збутової діяльності
торгівельного підприємства(на прикладі приватне акціонерне виробництво
“СОЛДІ КО”»

Тип работи: бакалаврська дипломна робота
(БДР, МКР)

Підрозділ _____ кафедра підприємництва, логістики та менеджменту
(кафедра, факультет)

Показники звіту подібності Unichesk

Оригінальність	95.6%	Схожість	4.4%
----------------	-------	----------	------

Аналіз звіту подібності (відмітити потрібне):

- ☒ Запозичення, виявлені у роботі, оформлені коректно і не містять ознак плагіату.
- ☐ Виявлені у роботі запозичення не мають ознак плагіату, але їх надмірна кількість викликає сумніви щодо цінності роботи і відсутності самостійності її виконання автором. Роботу направити на розгляд експертної комісії кафедри.
- ☐ Виявлені у роботі запозичення є недобросовісними і мають ознаки плагіату та/або в ній містяться навмисні спотворення тексту, що вказують на спроби приховування недобросовісних запозичень.

Особа, відповідальна за перевірку _____ Пілявоз Т.М.
(підпис) (прізвище, ініціали)

Ознайомлені з повним звітом подібності, який був згенерований системою Unichack щодо роботи.

Автор роботи _____ Ляхович К.С
(підпис) (прізвище, ініціали)

Керівник роботи _____ Краєвська А.С.
(підпис) (прізвище, ініціали)

