

УДК 658.62

Легомінова С.В., д.е.н., доцент

Воскобоева О.В., к.е.н., доцент

Ромашенко О.С. к.е.н.

Державний університет телекомунікацій

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті запропоновано концептуальний підхід до управління товарними запасами підприємства, який дозволяє сформулювати цілісне бачення взаємозв'язку теоретичного, науково-методичного, практичного, організаційного-методичного базисів в процесі визначення основних стратегічних напрямків вдосконалення процесу управління товарними запасами торговельних підприємств.

Ключові слова: товарні запаси, управління, концептуальний підхід, стратегічні напрямки, ефективне управління товарними запасами.

Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромашенко О.С.

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫХ ЗАПАСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье предложен концептуальный подход к управлению товарными запасами предприятия, позволяет сформировать целостное видение взаимосвязи теоретического, научно-методического, практического, организационного методического базисов в процессе определения основных стратегических направлений совершенствования процесса управления товарными запасами торговых предприятий.

Ключевые слова: товарные запасы, управления, концептуальный подход, стратегические направления, эффективное управление товарными запасами.

Lehominova S., Voskoboeva O., Romashchenko O.

CONCEPTUAL BASES OF MANAGEMENT OF GOODS OF THE COMPANY

The article proposes a conceptual approach to enterprise inventory management, allows you to create a holistic vision of the relationship of theoretical, scientific, methodological, practical, organizational methodological bases in the process of determining the main strategic directions for improving the inventory process of trading enterprises.

Key words: inventories, management, conceptual approach, strategic directions, effective inventory management.

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Важливим інструментом для забезпечення балансу попиту та пропозиції на споживчому ринку є товарні запаси. Порушення відповідності та збалансованості попиту та пропозиції повинно вирівнюватися за рахунок змін товарних запасів, які в цьому випадку не тільки забезпечують безперебійну торговельну діяльність, але і в момент змін попиту дають можливість зберегти правильне співвідношення між попитом та пропозицією за рахунок зміни своїх розмірів.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Питанням побудови ефективної системи управління товарними запасами присвячені роботи таких вчених: Безгінова Л. І., Богацька Н. М., Бровко О.Т., Заболотня К. О., Колесніков В.П., Крещенко О. В., Міщук І.П., Павлова В.А., Федоренко М.М. Вони визначають, що при обґрунтуванні системи управління товарними запасами в умовах підвищеного рівня агресивності зовнішнього середовища повинні бути враховані

основні мотиви торговельного підприємства, які спонукають до ефективного та обґрунтованого формування товарних запасів, а саме:

1. необхідність здійснення торгових операцій;
2. можливість негайного та якісного обслуговування покупців;
3. можливість коливання попиту.

Цілі статті. Визначення основних стратегічних напрямків вдосконалення процесу управління товарними запасами торговельних підприємств

Таким чином, саме спрямованість будь-якого торговельного підприємства на забезпечення ефективності своєї діяльності в умовах сучасного бізнес-середовища призводить до розвитку дієвих систем управління товарними запасами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.

Сучасний стан розвитку сфери торгівлі обумовлює необхідність формування нових підходів до управління товарними запасами з врахуванням об'єктивних та суб'єктивних причин їх формування:

по-перше, товарні запаси реагують на будь-які зміни в ринкових та конкурентних відносинах, що виникають. Їх рівень, поведінка та тенденції являють собою індикатор ринкової ситуації;

по-друге, результати господарської діяльності, а також ефективність ринкових процесів в багатьох випадках залежать від обсягу, якості та рівня товарних запасів, їх відхилень від оптимуму та інтенсивності товарного обігу;

по-третє, товарні потоки, що концентруються у запасах, виступають в якості одного з елементів маркетингового регулювання значної частини ринкових процесів.

Враховуючи це, успіх у бізнесі торговельного підприємства залежить не тільки від результатів діяльності окремого підприємства, які обумовлені в більшості якістю задоволення споживчого попиту, але і від партнерів торговельного підприємства – постачальників, дилерів, дистриб'юторів, експедиторів, тощо. Тому всі функції і операції з управління товарними запасами повинні плануватися, управлятися і координуватися в цілому. Всі процеси, що протікають в рамках окремих функцій, узгоджуються один з одним, що дозволяє, таким чином, створювати певні резерви зниження загальних витрат.

Якість управління товарними запасами безпосередньо впливає на фінансові показники діяльності торговельного підприємства. Оскільки неефективне управління товарними запасами призводить до уповільнення їх оборотності та, відповідно, обумовлює зростання витрат на їх обслуговування.

Система управління товарними запасами підприємств торгівлі висуває підвищені вимоги до якості організації системи управління запасами, так як вона є основою логістичної системи всього торговельного підприємства, однією з ключових чинників забезпечення отримання цільової величини прибутку та забезпечення конкурентоспроможності торговельного підприємства.

При логістичному підході управляючі дії додаються з боку єдиної логістичної системи управління. Ці управляючі дії формуються, виходячи із загальних цілей і критеріїв ефективності досліджуваної логістичного ланцюга таким чином, що вихідні параметри наскрізного матеріального потоку виявляються досить передбачуваними і контрольованими.

На мікрорівні (рівні торговельного підприємства) логістична система може бути представлена у вигляді наступних основних підсистем (рис. 1):

«закупівлі» (підсистема, яка забезпечує надходження матеріального потоку в логістичну систему);

«планування та управління торговельним процесом» (приймає матеріальний потік від підсистеми закупок та здійснює управління ним шляхом виконання певних дій);

«збут» (підсистема, яка забезпечує вибуття матеріального потоку з логістичної системи).

Відповідно до рис. 1 елементи логістичних систем різноякісні, проте одночасно сумісні. Функціонування системи забезпечується єдністю цілі, якій підпорядковане функціонування кожного з елементів логістичної системи та спрямовано на забезпечення її ефективності.

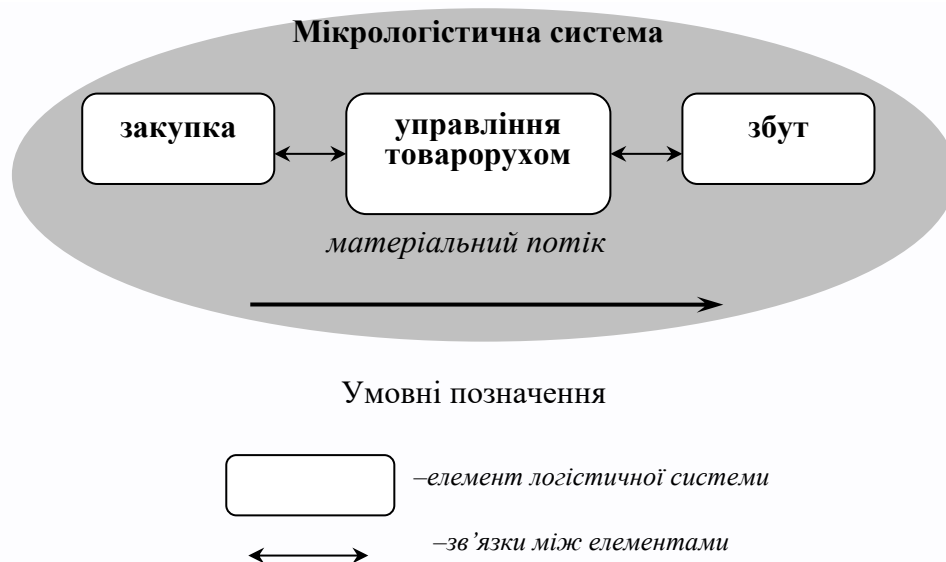


Рис. 1. Принципова схема мікрологістичної системи

Заслужує на увагу методика загального розрахунку ефективності логістичної системи, відповідно до якої, ефективність логістичної системи пропонується оцінювати за наступною формулою:

$$E_{лс} = f (PP_{opt} - P_{ф} \times K_{ф} \times P_i) \quad (1)$$

де, $E_{лс}$ – ефективність логістичної системи;

PP_{opt} – оптимальний ресурсний потенціал;

$P_{ф}$ – фактично виготовлена продукція,

$K_{ф}$ – фактичний рівень якості,

P_i – ймовірність отриманого i -го результату (від 0 до 1).

Такий, на наш погляд, доволі незвичайний підхід до оцінки ефективності логістичної діяльності підприємства автором обґрунтовується, виходячи з певного логічного протиріччя інтересів забезпечення ефективності логістичної системи та мінімізації загальних витрат, і відповідно, на його думку, запропонований підхід дозволяє забезпечити системну взаємодію зв'язків підприємства із зовнішнім середовищем, ресурсами, бізнес-процесами та результатами. Однак, залишається абсолютно незрозумілим, яким саме чином мають бути розраховані показники, введені в запропоновану модель ефективності. До того ж, незрозумілим залишається питання модернізації даної моделі відповідно до специфіки діяльності торговельного підприємства.

Ефективна організація товароруху на підприємствах роздрібної торгівлі передбачає оцінку ефективності процесу товароруху через кількісну оцінку системи досягнення підприємством певних стратегічних орієнтирів діяльності, в якості яких рекомендовані наступні: підтримування на рівні попереднього періоду або зростання товарообороту, прискорення оборотності товарних запасів, зниження витрат на обслуговування товарних запасів, підвищення рентабельності товарних запасів.

Вважаємо, що модель процесу управління товарними запасами повинна будуватися відповідно до загальних принципів взаємодії елементів загальної логістичної системи як зовнішніх, так і внутрішніх на основі забезпечення збалансованості її основних елементів (рис. 2).

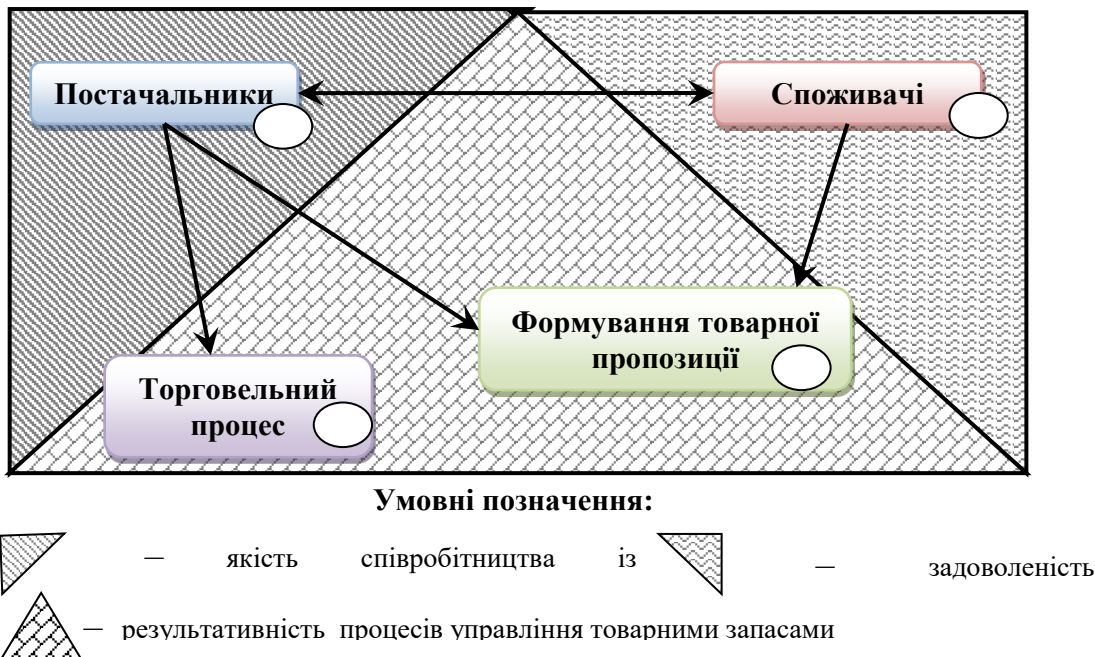


Рис. 2. Архітектура моделі процесу управління товарними запасами.

Відповідно до розробленої архітектури, ефективність процесу управління товарними запасами забезпечується шляхом узгодженості процесу управління товарними запасами на основі формування товарної пропозиції за такими ключовими аспектами, як: споживачі (товарні запаси повинні формуватися відповідно до вимог споживачів); постачальники (при формуванні товарних запасів здійснюється ретельний вибір постачальників з метою оптимізації витрат на їх формування та формування оптимального товарного асортименту). Своєю чергою від якості співробітництва із постачальниками та ступеню задоволеності споживачів залежить результативність логістичних процесів торговельного підприємства.

В контексті розробленої архітектури моделі процесу управління товарними запасами торговельного підприємства ефективність зазначеного процесу пропонується описувати наступною залежністю:

$$EUTZ = ERP \times ЯП \times L, \quad (2)$$

де, $EUTZ$ – комплексна ефективність управління товарними запасами торговельного підприємства;

ERP – результативність управління товарними запасами;

$ЯП$ – якість співробітництва торговельного підприємства із постачальниками;

L – рівень задоволення потреб споживачів.

Перевагами запропонованої моделі ефективності управління товарними запасами є можливість врахування різних аспектів діяльності, які спрямовані на підвищення результативності діяльності торговельного підприємства в цілому. Комплексна ефективність управління товарними запасами забезпечується на основі взаємодії основних функціональних процесів з управління товарними запасами торговельного підприємства (формування, рух та,

безпосередньо – реалізація товарів) та видів управління (логістичного, фінансового, маркетингового) (рис. 3).

Застосування даного підходу в практиці дозволяє забезпечити взаємодію управління по галузях маркетингу, фінансів та логістики, що сприяє згладжуванню внутрішніх протиріч та дозволяє оптимізувати внутріфірмові та між функціональні рішення та дозволить стабілізувати його положення на споживчому ринку.

На представленій схемі (рис. 3) в горизонтальній траєкторії відображені ключові функціональні процеси управління товарними запасами, в вертикальній траєкторії – види управління: логістичне, фінансове, маркетингове. Відповідно запропонованого підходу ефективність кожного функціонального процесу «на виході» залежить від якості зазначених видів управління.

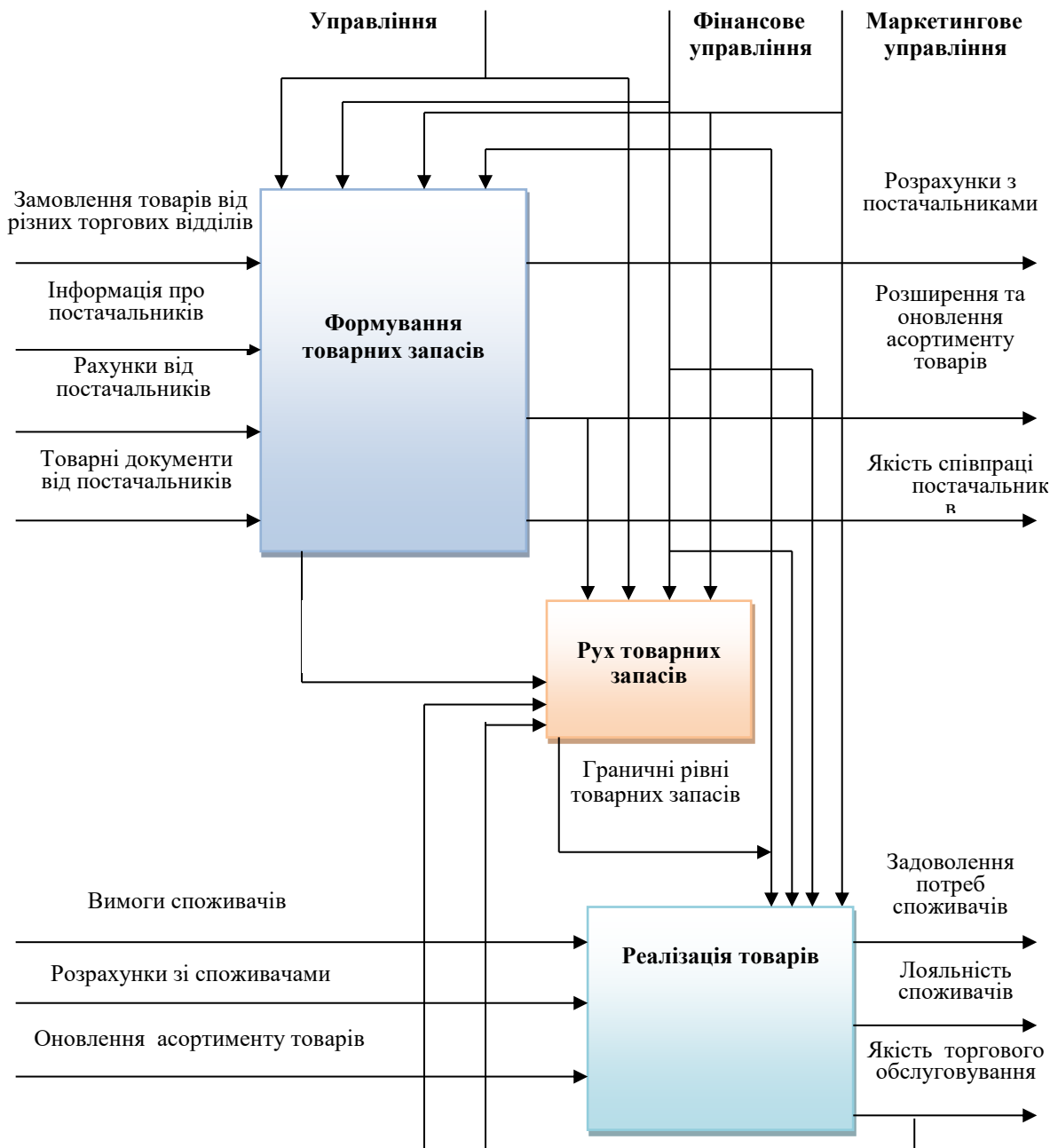


Рис. 3. Схема взаємодії основних функціональних процесів управління товарними запасами та видів управління.

Управління спрямовано на забезпечення якості формування товарних запасів на основі забезпеченням збалансованості між постачальниками та вимогами споживачів. Ефективність логістичних рішень чинить безпосередній вплив на забезпечення ефективності фінансового управління, від результативності якого залежить обсяг авансованих в товарні запаси активів та товарооборотність. В логістичній системі формується інформація про дебіторсько-кредиторську заборгованість, яка далі використовується в контурі бухгалтерського обліку, в якому виділяються та аналізуються складові логістичних витрат, інформація про які необхідна для прийняття управлінських рішень. Маркетингова політика підприємства значно впливає на загальну ефективність логістичної системи управління товарними запасами (та навпаки). Раціональне маркетингове управління товарними запасами знижує витрати на формування товарних запасів, оскільки передбачає формування оптимального асортименту відповідно до вимог споживачів, вибір партнерів.

Процес формування та використання товарних запасів залежить від впливу низки факторів, ступінь впливу яких, залежно від ситуації на споживчому ринку, може змінюватися. Особливо важливими є такі фактори, які впливають на прибутковість торговельної діяльності. Тому вважаємо доцільним визначити основні фактори, які впливають на формування товарних запасів в роздрібній торгівлі та здійснити їх класифікацію. Вважаємо, що структуризація і систематизація факторів, які впливають на товарні запаси в роздрібній торгівлі дозволить повною мірою відобразити особливості торговельної діяльності та врахувати численні причинно-наслідкові зв'язки, які визначають прибутковість діяльності підприємств роздрібно торгівлі.

Таким чином, для забезпечення ефективності взаємодії основних функціональних процесів управління товарними запасами повинні бути визначені основні фактори. З цією метою, на основі вивчення та узагальнення економічної літератури, нами були визначені фактори, які впливають на товарні запаси вітчизняних підприємств та здійснено їх класифікацію: за стадіями товарообороту, за ступенем впливу на організацію процесу товарозабезпечення, за ступенем контрольованості, по відношенню до торгової діяльності (табл. 1).

Таблиця 1.

Класифікація факторів, що впливають на реалізацію основних функціональних процесів управління товарними запасами торговельних підприємств

Група факторів	Сукупність факторів
1	2
1. За стадіями товарообороту	
1.1. Передпродажна стадія	
– регульовані фактори	потенціал підприємства, щодо формування та організації товароруху, ціноутворення, організація продажів, навчання персоналу, використання реклами, оформлення торгових площ, передпродажні товарні втрати
– нерегульовані фактори	кон'юнктура споживчого ринку, життєздатність району, в якому функціонує підприємство, сегментація покупців, кількість конкурентів та їх можливості, альтернативність постачальників
1.2. Стадія продажу	
– регульовані фактори	режим роботи підприємства роздрібно торгівлі, якість обслуговування споживачів, політика просування товару, спеціальні пропозиції для покупців, кількість, якість та широта товарного асортименту та його оновлення
– нерегульовані фактори	пропускна спроможність торговельного підприємства, фактичний попит на товари, дії конкурентів

продовження таблиці 1

2. За ступенем впливу на організацію процесу товарозабезпечення	
– фактори, що впливають на рівні центру відповідальності	форми матеріальної відповідальності, своєчасність формування заявок по певній товарній категорії
– фактори, які впливають на рівні керівництва підприємства	частота оброблення запитів щодо поповнення товарних запасів, їх виконання, терміни переміщення товарів
– фактори, які впливають на рівні взаємодії із постачальниками	ступінь взаємодії структурних підрозділів, територіальні віддаленість постачальників, умови укладених договорів, своєчасність прийняття рішень щодо коригування рівня товарних запасів
3. За ступенем контрольованості	
– контрольовані фактори	– пов'язані з товарним асортиментом: якість формування асортименту, його широта і періодичність оновлення, підвищення якості товарів при збереженні цін, регулювання запасів за термінами зберігання; – пов'язані з торгово-оперативним персоналом: якість обслуговування, дотримання термінів зберігання товарів, контроль збереження, своєчасність поповнення товарних запасів, раціональність розміщення товарів
– неконтрольовані фактори	розкрадання, псування внаслідок впливу технічних причин, від природного убутку, якісні втрати
4. По відношенню до торговельного підприємства	
– зовнішні фактори	сегмент ринку збуту, ступінь конкуренції на ринку, особливості формування попиту на товари, надійність постачальників, своєчасність і повнота постачань
– внутрішні фактори	якість організації торгівлі, дотримання допустимих розмірів запасів, товарні втрати в місцях зберігання, регулювання цін

(сформовано авторами на основі узагальнення [1, 3, 6, 7, 8])

Своєчасне виявлення домінуючих факторів, оцінка їх впливу на товарні запаси сприяє побудові ефективної системи управління ними з позицій максимального задоволення попиту споживачів, а також забезпечення прибутковості діяльності торговельного підприємства.

Таким чином, визначені сутність, мета, завдання та фактори, що впливають на реалізацію основних функціональних процесів управління товарними запасами торговельного підприємства формують теоретичний базис концептуального підходу до управління товарними запасами торговельних підприємств (рис. 4).

При цьому сутність запропонованого концептуального підходу полягає в розробці та реалізації управлінських рішень стратегічного й оперативного характеру, щодо забезпечення ефективності управління товарними запасами.

Головна мета – обґрунтування теоретико-методичного забезпечення щодо ефективності управління товарними запасами та розробка пріоритетних стратегічних та тактичних напрямів вдосконалення практичних аспектів управління ними на торговельному підприємстві. При цьому цільовим стратегічним орієнтиром є забезпечення максимальної ефективності управління товарними запасами при якісному товарному портфелі, а на тактичному рівні: підтримка оптимальної асортиментної структури товарних запасів; скорочення оборотності товарних запасів та вивільнення оборотного капіталу із неліквідних запасів; ефективність товароруку на всіх стадіях.

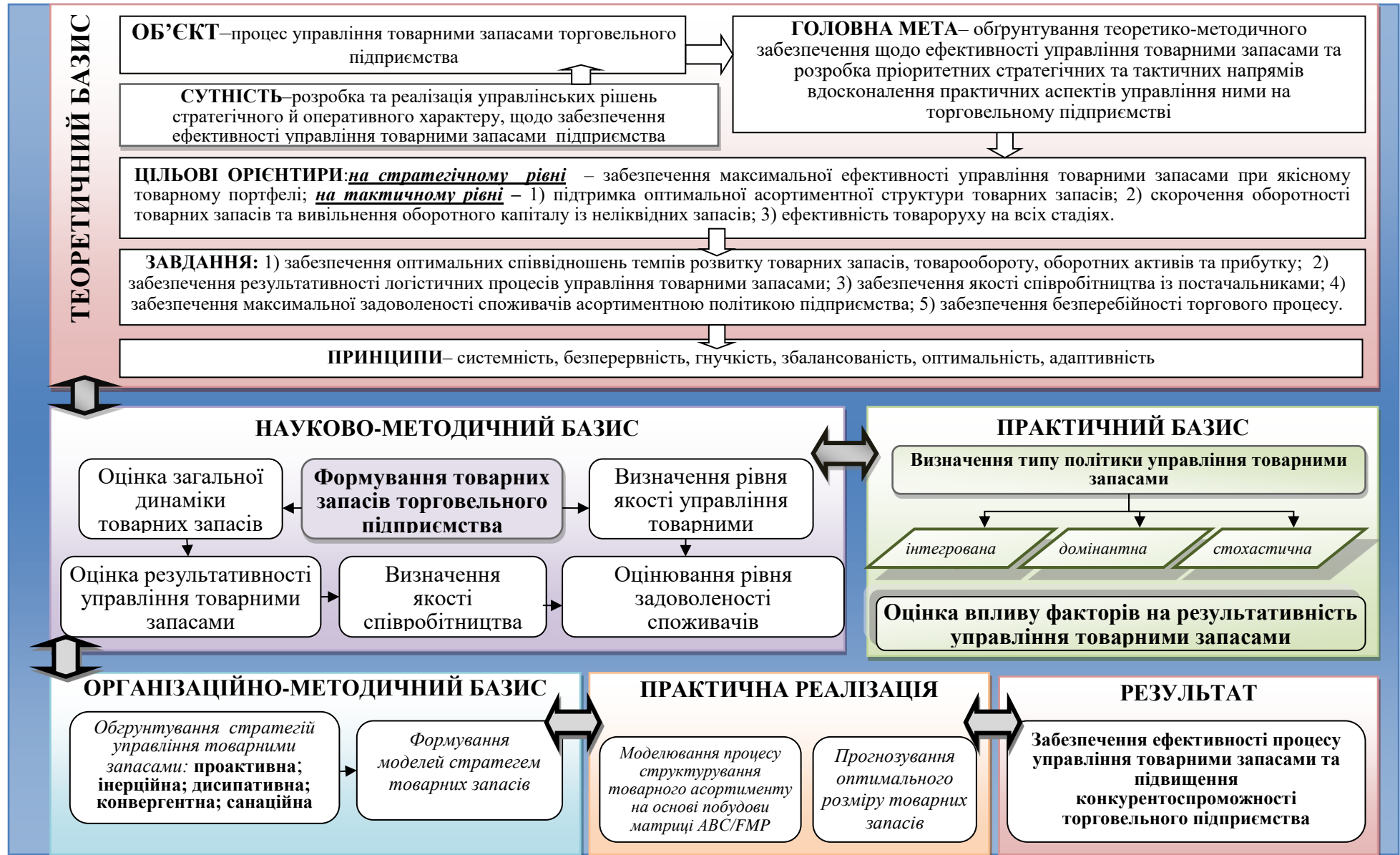


Рис. 4. Концептуальна модель управління товарними запасами торговельного підприємства (розроблено авторами)

Запропонований концептуальний підхід до управління товарними запасами спрямований на вирішення наступних завдань: 1) забезпечення оптимальних співвідношень темпів розвитку товарних запасів, товарообороту, оборотних активів та прибутку; 2) забезпечення результативності логістичних процесів управління товарними запасами; 3) забезпечення якості співробітництва із постачальниками; 4) забезпечення максимальної задоволеності споживачів асортиментною політикою підприємства; 5) забезпечення безперервності торгового процесу.

З метою врахування особливостей функціонування сучасних торговельних підприємств в умовах підвищеного рівня турбулентності бізнес-середовища при розробці концептуального підходу нами були виділені основні принципи управління товарними запасами: системність, безперервність, гнучкість, збалансованість, оптимальність, ефективність.

Невід'ємною складовою концептуального підходу є обґрунтування науково-методичного базису, реалізація якого спрямована на визначення основних загальних тенденцій управління товарними запасами: якості і результативності управління, оцінки рівня якості співробітництва із постачальниками та рівня задоволеності споживачів асортиментною політикою торговельного підприємства. Результати даної оцінки є інформаційним підґрунтям для реалізації практичного базису, який спрямований на визначення типу політики управління товарними запасами та оцінку впливу факторів на результативність управління ними.

Основним призначенням організаційно-методичного базису концептуального підходу є розробка стратегій управління товарними запасами з урахуванням особливостей їх формування на торговельних підприємствах в сучасних умовах господарювання та формування альтернативних моделей стратегем.

Практичне забезпечення процесу управління товарними запасами передбачає реалізацію запропонованого підходу до моделювання процесу структурування товарного асортименту на основі побудови матриці ABC/FMR та прогнозування оптимального розміру товарних запасів на практиці, що дозволить підвищити якість управління ними на підприємствах торгівлі.

Висновки. Таким чином, запропонований концептуальний підхід до управління товарними запасами сучасного торговельного підприємства передбачає реалізацію комплексу процесів, які пов'язані із формуванням, рухом товарних запасів та реалізацією товарів. Реалізація даного підходу сприятиме організації ефективної співпраці із постачальниками, формуванню якісного товарного портфелю, забезпечить високий рівень задоволеності споживачів та сприятиме формуванню високого рівня лояльності споживачів до підприємства, що в результаті забезпечить внутрішню результативність логістичних процесів управління товарними запасами торговельного підприємства.

Список бібліографічного опису:

1. Безгінова Л. І. Товарні запаси підприємства: сутність та їх склад. *Вісник МСУ. Серія: Економічні науки*. 2012. С. 12–21.
2. Богацька Н.М. Сутність, мета та задачі управління товарними запасами – один із сучасних аспектів діяльності підприємства роздрібною торгівлі. *Збірник наукових праць ДНУ*. 2008. Вип. 191. С.180–186.
3. Бровко О. Т. Економічна сутність товарних запасів та їх місце в системі управління товарними потоками підприємств торгівлі. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2009. № 2. С. 12–21.
4. Заболотня К. О. Стохастична модель управління запасами підприємства торгівлі. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2012. №2(18). С.61–64.
5. Колесніков В.П. Формування та оптимізація товарного асортименту підприємства для внутрішнього і зовнішнього ринку. *Наукові записки. Серія: Економіка*. 2013. Вип. 23. С. 48–50.
6. Крещенко О. В. Товарні запаси як об'єкт управління у категорійному менеджменті. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 2. С. 492–500. URL: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2014_2_58.pdf
7. Міщук І.П. Формування ефективної політики управління товарними запасами торговельного підприємства. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип.22.03. С. 297–302.
8. Павлова В.А. Дослідження торговельного асортименту спеціалізованого магазину як основа його оптимального формування. *Бюлетень міжнародного нобелівського економічного форуму*. 2012. №1(5). С. 293–300.

9. Павлова В.А. Удосконалення стратегічного управління за позицією підприємства на ринку. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2013. №2 (15). С. 187–204.
10. Федоренко М.М. Адаптація моделі управління запасами для нестандартних ситуацій з урахуванням принципу зворотного зв'язку на підприємстві «Алекс і К». *Вісник Донецької академії автомобільного транспорту*. 2010. № 1. С. 25–30.

References

1. Bezghinova, L. I. (2012). Tovarni zapasy pidpryjemstva: sutnistj ta jikh sklad [Commodity stocks of the enterprise: essence and their composition] *Visnyk MSU. Serija: Ekonomichni nauky*. 12–21 [in Ukrainian].
2. Boghacjka, N.M. (2008). Sutnistj, meta ta zadachi upravlinnja tovarnymy zapasamy – odyz iz suchasnykh aspektiv dijalnosti pidpryjemstva rozdrubnoji torghivli [The essence, purpose and tasks of inventory management is one of the modern aspects of the activity of the retail trade enterprise]. *Zbirnyk naukovykh pracj DNU*. (191). 180–186 [in Ukrainian].
3. Brovko, O. T. (2009). Ekonomichna sutnistj tovarnykh zapasiv ta jikh misce v systemi upravlinnja tovarnymy potokamy pidpryjemstv torghivli [The economic essence of inventory and their place in the system of management of trade flows of trade enterprises]. *Visnyk Chernivcjkogho torghiveljno–ekonomichnogho instytutu*. (2). 12–21 [in Ukrainian].
4. Zabolotnja, K. O. (2012). Stokhastychna modelj upravlinnja zapasamy pidpryjemstva torghivli [Stochastic model of inventory management of a trade enterprise]. *Visnyk Berdiansjkogho universytetu menedzhmentu i biznesu*. (2(18)). 61–64 [in Ukrainian].
5. Kolesnikov, V.P. (2013) Formuvannja ta optymizacija tovarnogho asortymentu pidpryjemstva dlja vnurishnjogho i zovnishnjogho rynku [Formation and optimization of product range of the enterprise for the domestic and foreign markets]. *Naukovi zapysky. Serija: Ekonomika*. (23). 48–50 [in Ukrainian].
6. Kreshhenko, O. V. (2014). Tovarni zapasy jak ob'jekt upravlinnja u katehoriynomu menedzhmenti [Commodity stocks as an object of management in categorical management]. *Aktualjni problemy ekonomiky*. (2). 492–500. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2014_2_58.pdf [in Ukrainian].
7. Mishhuk, I.P. (2012). Formuvannja efektyvnoji polityky upravlinnja tovarnymy zapasamy torghoveljnogho pidpryjemstva [Formation of effective trade enterprise inventory management policy]. *Naukovyj visnyk NLTU Ukrajiny*. (22.03). 297–302 [in Ukrainian].
8. Pavlova, V.A. (2012). Doslidzhennja torghoveljnogho asortymentu specializovanogho maghazynu jak osnova jogho optymialjnogho formuvannja [Research of the trade assortment of a specialized store as a basis for its optimal formation]. *Bjuletenj mizhnarodnogho nobelivsjkogho ekonomichnogho forumu*. (1(5)). 293–300 [in Ukrainian].
9. Pavlova, V.A. (2013) Udoskonalennja strategichnogho upravlinnja za pozycijeju pidpryjemstva na rynku [Improvement of strategic management by the position of the enterprise in the market]. *Jevropejskijj vektor ekonomichnogho rozvytku*. (2 (15)). 187–204 [in Ukrainian].
10. Fedorenko, M.M. (2010). Adaptacija modeli upravlinnja zapasamy dlja nestandartnykh situacij z urakhuvannjam pryncypu zvorotnogho zv'jazku na pidpryjemstvi «Aleks i K» [Adaptation of inventory management model for non-standard situations, taking into account the principle of feedback at Alex & K]. *Visnyk Doneckjokoi akademiji avtomobiljnogho transportu*. (1). 25–30 [in Ukrainian].

DOI: <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2020-1-12>

УДК 339.138:339.9.012

Лопушинська О.В., асистент

Панова Я. Г., здобувач вищої освіти

Стовба А. О., здобувач вищої освіти

Полтавська державна аграрна академія

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ ПРИ ЗДІЙСНЕННІ ЗЕД

В процесі управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства намагаються не тільки максимізувати прибуток, а й сприяти ефективній маркетинговій діяльності. Саме тому вибір маркетингової стратегії, яка б відповідала всім вимогам самого підприємства, забезпечувала ефективну та рентабельну роботу, приносила прибуток та сприяла подальшому його розвитку, є дуже важливим. В статті визначено роль процесу управління маркетинговою діяльністю на підприємстві при здійсненні ЗЕД, досліджено основні елементи системи управління маркетинговою діяльністю ПАТ «Полтавакондитер» та надано рекомендацій щодо розробки маркетингових стратегій і тактик даного підприємства при здійсненні ЗЕД.

Ключові слова: управління маркетинговою діяльністю, ЗЕД, «Полтавакондитер», маркетингова стратегія, маркетинг, менеджмент

Lopushynska O., Panova Ya., Stovba A.