

**УДК 658.012.32.**

**Євсейцева О.С.**

**Київський національний університет технологій і дизайну**

## **ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІАГНОСТИКИ В УПРАВЛІННІ МАТЕРІАЛЬНИМИ ПОТОКАМИ**

Обґрунтовано доцільність застосування маркетингової діагностики при формуванні і управлінні матеріальними потоками яке дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції і, як наслідок, надасть можливість постійно збільшувати ринкову вартість промислових підприємств.

**Ключові слова:** маркетингова діагностика, матеріальні потоки, конкурентоспроможність продукції, ринкова вартість.

**Yevseytseva O.**

## **DIAGNOSTIC USE OF MARKETINGAS MATERIAL FLOWS MANAGEMENT**

Expediency marketing diagnostic use in the formation and management of material flows that will improve competitiveness and, consequently, will provide opportunity to increase the market value of industrial enterprises.

**Key words:** marketing diagnostics, material flows, product competitiveness, market value.

**Евсейцева А.С.**

## **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДИАГНОСТИКИ В УПРАВЛЕНИЕ МАТЕРИАЛЬНЫМИ ПОТОКАМИ**

Обоснование целесообразности применения маркетинговой диагностики при формировании и управлении материальными потоками которое позволит повысить конкурентоспособность продукции и, как следствие, даст возможность постоянно увеличивать рыночную стоимость промышленных предприятий.

**Ключевые слова:** маркетинговая диагностика, материальные потоки, конкурентоспособность продукции, рыночная стоимость.

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** На сучасному етапі розвитку економіки України ефективність функціонування підприємств різних галузей промисловості значною мірою визначається їх місцем на ринку та вмінням швидко

адаптуватися до змін зовнішнього середовища. При управлінні логістикою підприємствах все більшого значення набувають питання формування дієвих логістичних систем, що сприяють створенню тісних взаємозв'язків між елементами системи та зумовлюють зростання ринкової вартості підприємства. Ефективне функціонування логістичних систем можливе за умови забезпечення раціонального управління матеріальними потоками. Фактором, що дає змогу інтегрувати всі елементи логістичної системи у чіткий функціонуючий механізм, є матеріальний потік якій формується за результатами даних маркетингової діагностики середовища функціонування підприємства.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** В сучасній економічній літературі питанням управління матеріальними потоками присвячені праці Алькема В.Г., Анікіна Б.А., Гаджинського А.М., Крикавського Є.В., Сумця О.М. та ін.. Незважаючи на ґрунтовність досліджень науковців, окремі питання управління матеріальних потоків потребують подальшого розвитку та посилення прагматичних підходів шляхом використання результатів маркетингової діагностики при формуванні і управлінні матеріальними потоками.

**Цілі статті.** У зв'язу з цим, метою статті є визначення місця маркетингової діагностики при формуванні та управлінні матеріальними потоками на промислових підприємствах.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Одним із шляхів ефективного господарювання підприємств легкої промисловості в ринкових умовах є забезпечення логістичних процесів достовірною, оперативною, своєчасною інформацією на основі використання маркетингових підходів. При цьому важливим є застосування сучасних напрямів маркетингових досліджень, які дозволять проаналізувати показники середовища функціонування підприємства. Це є основою для складання прогнозу розвитку ринку та обґрунтування логістичних шляхів діяльності підприємства.

Одним із напрямів сучасних маркетингових досліджень доцільно вважати маркетингову діагностику. Останніми роками вітчизняними та зарубіжними дослідниками все більше уваги приділяється дослідженню питань діагностики та обґрунтуванню її ролі в управлінні підприємством.

Саме тому з'ясування сутності та змісту маркетингової діагностики у сучасних умовах має базуватися на аналізі існуючих підходів до поняття „діагностика”.

На думку Савчука В.П. [10, с.6-10] діагностика підприємства включає два основних об'єкти аналізу:

- 1) діагностика результатів діяльності підприємств за період та його стан на поточний проміжок часу;
- 2) діагностика управління підприємством (діагностика бізнес-процесів підприємства).

Автор вважає, що діагностика результатів діяльності підприємства передбачає аналіз певних груп фінансових показників (операційної діяльності, структури капіталу, ліквідності, ефективності використання активів, ринкових показників та показників прибутковості активів і власного капіталу) [10, с.24]. Діагностика бізнес-процесів, на думку науковця, зводиться до аналізу управління ними. Слід зазначити, що в сучасних умовах специфіка діяльності підприємств зумовлює виникнення різних бізнес-процесів, які можуть зумовлювати виникнення як вигод для підприємства так і втрат. У зв'язку з цим, аналіз позицій дослідника свідчить, що він не повною мірою враховує взаємозв'язок, який існує між результатами діяльності підприємства та його бізнес-процесами. Оскільки кожен бізнес-процес може забезпечувати отримання підприємством очікуваного (позитивного) та неочікуваного (негативного) результату. У зв'язку з цим, об'єкти діагностики підприємства слід представити наступним чином (рис. 1.).

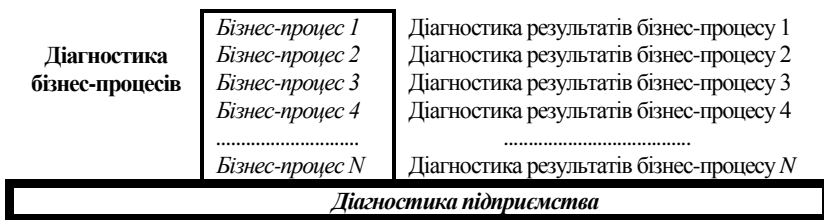


Рис. 1. Об'єкти діагностики підприємства

Саме такий склад об'єктів діагностики підприємства буде враховувати показники, які є інформаційною основою для прийняття логістичних управлінських рішень.

На думку Герасимчука В.Г. [3, с.86-90] діагностика підприємства передбачає визначення суті та особливостей проблеми на основі всеохоплюючого аналізу, застосовуючи певний набір принципів та методів його проведення. У даному визначенні акцентується увага на сутності діагностики як сукупності усіх видів аналізу, які можуть проводитися на підприємстві та на необхідність застосування відповідних принципів та методів їх проведення. Незважаючи на те, що дане визначення визначає сутність діагностики, автору було б доцільно акцентувати увагу саме на принципах та методах діагностики. Так до принципів діагностики відноситься принцип порівняння (полягає в тому, що аналіз фінансових показників є необґрунтованим, якщо їх не порівнювати з іншими показниками, що характеризують об'єкт діагностики), принцип достатності (сутність його полягає в тому, що для цілей діагностики потрібно використовувати показники, які є інформаційною основою для прийняття управлінських логістичних рішень), принцип узгодженості у часі (відповідно до нього діагностика підприємства має проводитися на основі часового інтервалу) [10, с. 6-8].

Точка зору Немцова В.Д. та Довганя Л.Є [8, с.73] зводиться до того, що діагностика потребує вибору певних джерел інформації, збору та обробки необхідної інформації з використанням відповідних методів аналізу, підготовки всіх заходів для подальшого їх успішного розв'язання. Автори зазначають, що діагностика обов'язково передбачає дослідження внутрішнього середовища, без якого не можливо здійснити вибір стратегії діяльності підприємства. Однак в умовах ринкової економіки необхідно врахувати те, що ефективне функціонування підприємств залежить не тільки від налагодженості складових внутрішнього середовища, але й від уміння вчасно адаптуватися до вимог зовнішнього середовища.

Саме тому дослідження питань діагностики в контексті маркетингових принципів є актуальним завданням для вітчизняних науковців на сучасному етапі. Сучасні інтеграційні тенденції в економіці України та глобалізація світогосподарських процесів вимагають від менеджерів всіх рівнів опанування нових механізмів управління рухом товарно-матеріальних цінностей, які б забезпечували високий рівень взаємодії суб'єктів господарювання на ринку. Основою становлення таких взаємозв'язків є використання маркетингової діагностики в управлінні матеріальними, інформаційними потоками підприємств.

Логістична система є найважливішою складовою, яка охоплює усі ланки господарської діяльності підприємства. Вона характеризується

наявністю великого числа елементів та складністю взаємодії між ними. Тому питаннями потужності логістичної системи мають займатися як керівники підприємств так і менеджери всіх рівнів. Це зумовлює необхідність управління нею на основі максимальної ефективності роботи всього підприємства, а не максимальної ефективності функціонування окремих підсистем.

Під потужністю логістичної системи слід розуміти максимальні її можливості, які формуються у випадку раціональної організації підприємством логістичних ланцюгів. Потужність логістичної системи має формуватися на основі вирішення таких завдань:

- формування оптимальної виробничої програми, що максимальним чином відповідає структурі споживчого попиту;
- розробка алгоритму змін виробничої програми у випадку коливань попиту;
- обґрунтування раціональних логістичних ланцюгів на основі вибору необхідних способів транспортування;
- оптимізація виробничих та збутових запасів на кожному рівні логістичної системи;
- оптимізація часу руху матеріальних, фінансових та інформаційних потоків;
- оптимізація загальних витрат у процесі руху матеріальних, фінансових, інформаційних потоків.

Потужність логістичної системи передбачає наявність взаємодії функціональних логістичних підсистем. Вони визначаються в процесі руху матеріальних, інформаційних потоків, що прямують з ринку закупівель до ринку споживачів готової продукції. Їх ефективність функціонування визначається налагодженістю роботи кожного структурного підрозділу підприємства.

Виділяють наступні функціональні логістичні підсистеми:

- логістична підсистема постачання;
- логістична підсистема виробництва;
- логістична підсистема збуту;
- логістична підсистема транспортування;
- логістична підсистема складування.

Перша логістична підсистема відображає процес руху виробничих запасів від ринку постачальників до складів підприємства. Це може відбуватися прямим способом або через посередників.

Основними завданнями даної підсистеми є: аналіз ринків постачання; вибір постачальника; укладення договору на поставку.

В другій логістичній підсистемі відбувається рух виробничих запасів зі складу підприємства на виробництво. В її межах виробничі запаси проходять всі стадії виробничого процесу і процесів внутрішнього складування і транспортування до складів готової продукції.

Основними завданнями підсистеми виробництва є: обґрунтування виробничих програм; виконання плану випуску продукції; контроль за роботою кожної складової виробничого підрозділу.

Підсистема збуту призначення для забезпечення руху готової продукції з складів підприємства до споживачів. Це відбувається, як правило, через роздрібні склади, що використовуються в діяльності посередницьких організацій. Окрім готової продукції матеріальний потік може включати додатково запасні матеріали, в яких на ринку є потреба.

Завдання даної системи передбачають: аналіз попиту на продукцію та прогнозування обсягів реалізації; вибір ринку покупців; заключення договорів.

Четверта підсистема – підсистема транспортування включає всі транспортні процеси, які включають внутрішньовиробничий та зовнішній (позавиробничий) транспорт.

Основними завданнями даної підсистеми виробництва є: вибір способів та видів транспортування; розробка транспортних маршрутів; забезпечення узгодженості транспортних маршрутів.

П'ята підсистема забезпечує кординацію процесів складування та збереження на складах товарно-матеріальних цінностей. Завдання підсистеми складування направлені на: визначення місць розміщення складських об'єктів; обґрунтування та дотримання необхідних умов зберігання товарно-матеріальних цінностей на складах; оптимізацію складських витрат;

Слід зазначити, що в теорії логістики охарактеризовані логістичній підсистеми описані дослідниками як транспортна логістика, збутова логістика, виробнича логістика, логістика запасів, логістика закупівель.

Потужність логістичної системи залежить від способів руху по логістичних ланцюгах матеріального, інформаційного потоків. Це підтверджує те, що потужність логістичної системи визначається наявністю тісних взаємозв'язків між її підсистемами.

Логістична система володіє інтеграційними якостями, які дозволяють розвивати рівень її потужності. В результаті це призводить до трансформації логістичних систем, яка проявляється в наступних основних моментах:

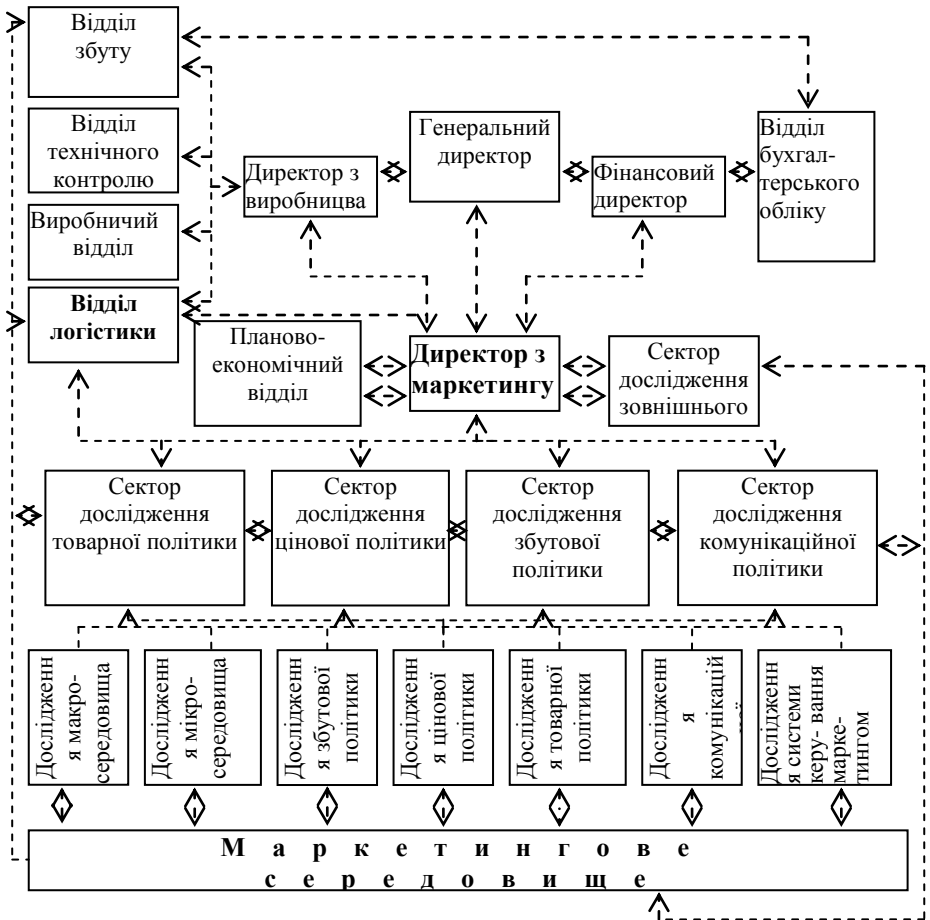
1. зростання швидкості матеріальних потоків;

2. збільшення інтенсивності та складності інформаційних потоків;
3. ускладнення фінансових взаємовідносин між логістичними посередниками.

Зазначені потоки відображають взаємозв'язок логістичної системи з навколишнім середовищем та визначають її потужність. Потужність логістичної системи може набувати двох форм. Це потужність макрологістичної системи та потужність мікрологістичної системи. Потужність макрологістичної системи відображає максимальні можливості сукупності елементів логістичної інфраструктури у напрямку досягнення поставленої мети. Потужність мікрологістичної системи визначається можливостями підприємства, які формуються під впливом логістичної інфраструктури.

Враховуючи вищезазначене слід в організаційних структурах підприємств виділити окремо відділ маркетингу та відвести належне йому місце. На рис.2 представлено типову організаційну структуру, що себе зарекомендувала ефективною в умовах ринку.

Дана структура передбачає виділення у структурі відділу маркетингу секторів, що передбачають виконання функцій, які найбільш чітко визначають можливості комплексного маркетингу. І їх взаємозв'язок з відділом логістики. Робота даного підрозділу підприємства основною мірою має базуватися на застосуванні аналітичних методів, а її результатом повинні бути оформленні спеціальні звіти для керівництва, що мають надаватися з визначеною періодичністю. Це дозволить оперативно реагувати на дію конкурентів, своєчасно змінювати логістичну тактику відносно певних товарів або сегментів ринку, а також випускати необхідну споживачам продукцію.



Використання маркетингової діагностики в управлінні матеріальними потоками

Рис. 2. Організаційна структура підприємства адаптована до ринкових умов господарювання

**Висновки.** Для забезпечення ефективності логістичного управління важливим є маркетингове обґрунтування місця розміщення логістичного об'єкту, сутності та складових його інфраструктури, що під впливом інтеграції, інформатизації та глобалізації постійно розвиваються. Тому що переміщення



матеріальних, інформаційних потоків в межах реалізації підприємствами логістичних процесів здійснюється на основі взаємозв'язків із складовими інфраструктури логістичного об'єкту, які слід постійно діагностувати. Використання запропонованих заходів дозволить підвищити ефективність господарювання вітчизняних промислових підприємств, що є надзвичайно важливим для подальшого їх розвитку та розвитку економіки України в цілому.

1. Аникина Б.А. Логистика: Учебное пособие - М.: Проспект, 2008. – 406 с.

2. Гаджинський А.М. Логистика: Учеб. для высших и средних спец. учеб. заведений. - М.: Информ.-внедренческий центр „Маркетинг”, 2000. – 375 с.

3. Герасимчука В.Г. Маркетинг: теорія і практика. - К.: Вища школа, 1994. - 327 с.

4. Джонсон Джеймс, Вуд, Дональд, Ф., Вордлоу, Деніел, Л., Мерфі-мл., Поль, Р. Современная логистика, 7-е издание: пер. с англ. – М.: издательский дом «Вильямс», 2002. – 624 с.

5. Котлер Ф. Маркетинг менеджмента. – СПб.: Питер Ком, 1998. – 734 с. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива СПб.: Наука, 1996. – 590 с.

6. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: Підручник – 2-е вид., доп. і переробл. – Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «Інтелікт+») Інститут післядипломної освіти, «Інтелект-Захід», 2006 – 456 с.

7. Неруш Ю.М. Логистика: Учебник для вузов. – 20е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2001. – 389 с.

8. Немцов В.Д., Довгань Л.Є. Стратегічний менеджмент. К.: Тов. „УВПК” ЕКСОБ”, 2001. - 560 с.

9. Пономарьова Ю.В. Логістика: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2005. - 326 с.

10. Савчука В.П. Диагностика предприятия: поддержка управленческих решений. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2004. – 175 с.

11. Сумец А.М. Логистика: Теория, ситуации, практические задания: Учебное пособие. – К.: «Хай-Тех Пресс», 2008. – 320 с.