

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

д.е.н., професор Саєнсус Марія Анатоліївна

(підпис)

“ ____ ” _____ 20 ____ р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 075 Маркетинг

за освітньою програмою «Маркетинг і міжнародна логістика»

на тему:

**«Маркетинговий аналіз логістичних перевезень компанії ТОВ
«ОРІОН»»**

Виконавець:

студент ФМЕ

Сюпюр Альона Іванівна

Науковий керівник:

д.е.н, професор кафедри М та МЛ

Стрій Любов Олексіївна

Одеса 2024

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	7
1.1 Сутність логістичної діяльності підприємства	7
1.2 Види логістичної діяльності та логістичних функцій.....	19
1.3 Класифікація логістичних операцій підприємства.....	29
РОЗДІЛ 2 МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ОРІОН».....	35
2.1 Характеристика досліджуваного підприємства ТОВ «Оріон».....	35
2.2 Основні напрямки логістичної діяльності підприємства.....	43
2.3 Діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції ТОВ «Оріон».....	56
РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА.....	73
3.1 Фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності підприємства.....	73
3.2 Вплив новітніх технологій на маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємств.....	79
ВИСНОВКИ.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	90

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному світі, коли механізми матеріального постачання, виробництва і розподілу продукції почали розширюватися і стирати кордони між регіонами, державами і наддержавними утвореннями, і ланцюжки матеріальних потоків почали поступово подовжуватися і ускладнюватися, їх спеціалізація на різних рівнях стала посилюватися.

Потребу в застосуванні логістики на підприємствах пов'язують з еволюцією процесів управління і специфікою виробничих процесів на підприємствах. Що набуває особливої актуальності в умовах кризи, коли підприємствам необхідно організовувати свою діяльність з мінімізацією ризиків, витрат і збитків, пов'язаних з виробничими процесами, обслуговуванням, транспортуванням.

Управління логістичними процесами спирається на загальну теорію менеджменту. На відміну від традиційного логістичного управління потрібна орієнтація всіх функцій управління в єдиний критерій ефективності діяльності підприємства, сутність якого міститься в максимізації балансу сумарних обсягів доходів і витрат, а також досягненні збалансованості логістичних потоків необхідного ступеня адаптивності організації до зовнішніх змін.

Логістичні перевезення є невід'ємною складовою діяльності будь-якої компанії, особливо тих, що займаються виробництвом та постачанням товарів. Забезпечення ефективного та економічного транспортування є ключовим завданням для забезпечення якості та своєчасності доставки, що впливає на задоволення потреб клієнтів та конкурентоспроможність компанії на ринку.

Маркетинговий аналіз логістичних перевезень дозволяє компанії визначити оптимальні шляхи організації та управління поставками, мінімізувати витрати та оптимізувати процеси. Це включає в себе аналіз вартості транспортування, вибір оптимальних маршрутів, управління запасами, розробку стратегій доставки та взаємодію з постачальниками та

партнерами по логістиці.

Викладені вище обставини зумовили актуальність і вибір теми представленої кваліфікаційної роботи.

Стан наукового дослідження. Аналіз наукових джерел показав, що питання застосування логістичного підходу до управління підприємствами як одного з інноваційних напрямів розвитку розглядали такі зарубіжні вчені, як Д. Бауерсокс, Д. Клосс, Д. Ламберт, Е. Мате., Дж. Р. Сток, Д. Тикс, Д. Уотерс, Р. Шапіро, Дж. Шерман.

Останніми роками на основі логістичного підходу, підготовленого українськими вченими, зокрема І. А. Воркутом, А. Г. Кальченко, Т. О. Колодзєєвим, Е. В. Крікавським, В. Є. Колодзєєвим, опубліковано багато наукових праць з питань управління підприємством.

Також аналіз публікацій і досліджень останніх років показує, що проблема управління логістичними процесами є досить актуальною. Їй, зокрема, присвячені праці А. Гажинського, Є. Смирнова, С. Уварова, А. Кальченка, Є. Крикавського, Н. Чухрай, М. Окландера, Р. Ларіної. Але маркетингові аспекти логістичних перевезень підприємств досліджено недостатньо. Тема дипломної роботи бакалавра є актуальною.

Мета та завдання роботи. Метою дипломної роботи бакалавра є дослідження теоретичних, методичних основ та практичних рекомендацій щодо маркетингового аналізу логістичних перевезень компанії ТОВ «Оріон».

У відповідності зі сформульованою метою дослідження були поставлені та розв'язані такі завдання:

- проаналізувати та визначити сутність логістичної діяльності підприємства;
- визначити види логістичної діяльності та логістичних функцій;
- визначити класифікацію логістичних операцій підприємства;
- охарактеризувати досліджуване підприємство ТОВ «Оріон»;
- проаналізувати основні напрямки логістичної діяльності підприємства;
- провести діагностику маркетингової конкурентної логістичної позиції

ТОВ «Оріон»;

- розробити та запропонувати фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності підприємства;
- обґрунтувати вплив новітніх технологій на маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємства.

Об’єктом дослідження є маркетинговий процес логістичних перевезень компанії ТОВ «Оріон».

Предметом дослідження є теоретичні та практичні аспекти процесу застосування маркетингу в логістичних перевезеннях ТОВ «Оріон».

Інформаційною базою дослідження послужили основні положення сучасної економічної теорії та маркетингу, сучасні наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених економістів, Укази Президента України і постанови Уряду з питань розвитку логістичного комплексу, законодавчі і нормативні документи щодо регулювання діяльності підприємства ТОВ «Оріон». В якості вихідної інформації використані дані державних статистичних органів, річних звітів підприємства ТОВ «Оріон», первинних документів, нормативна та довідкова література, Інтернет ресурси, особисті спостереження автора.

Методи дослідження. Методологічну основу дослідження складають сукупність методів, прийомів та принципів наукового дослідження, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з проблем логістичної діяльності підприємства та управління логістичними процесами. Для розв’язання задач дослідження використовувалися такі основні методи: аналізу та синтезу, економіко-статистичний аналіз, метод графічного зображення, системного моделювання, логічного узагальнення, критичного аналізу та порівняння, системного підходу та інші.

Практичне значення. Розроблені в роботі теоретичні положення і практичні рекомендації дають можливість підприємству забезпечити удосконалення системи логістичної діяльності підприємства, покращити показники ефективності логістичних перевезень, якість обслуговування, ступінь використання транспортних засобів тощо, в умовах впровадження

новітніх технологій, що дозволить суттєво підвищити ефективність логістичної діяльності підприємства, а також збільшити або стабілізувати доходи. Практичне значення. Розроблені в роботі теоретичні положення і практичні рекомендації дають можливість підприємству забезпечити удосконалення системи логістичної діяльності підприємства, покращити показники ефективності логістичних перевезень, якість обслуговування, ступінь використання транспортних засобів тощо, в умовах впровадження новітніх технологій, що дозволить суттєво підвищити ефективність логістичної діяльності підприємства, а також збільшити або стабілізувати доходи.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг роботи складається із 88 сторінок, 17 рисунків, 16 таблиць. Список літератури складається із 56 найменувань.

Таким чином, перед дипломною роботою бакалавра поставлено завдання проаналізувати теоретико-методичні основи маркетингового аналізу логістичної діяльності компанії ТОВ «ОРІОН» та розробити шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства, діяльності маркетингового менеджменту підприємства в умовах впровадження новітніх технологій.

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1.1 Сутність логістичної діяльності підприємства

Основною рисою сучасності є прискорюючий процес змін у всіх сферах економіки, маркетингу, менеджменту та інших галузях діяльності підприємств. При написанні дипломної роботи проведено аналіз та використовувались в дослідженні наукові праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених: Ф. Котлера, П. Друкера,, Гриценко Н., Білик В., Коломицева О., Галушко О., Лізут Р., Ганжуренко І., що дозволив виділити наступні тенденції змін, які впливають на всі сфери діяльності підприємства.[4, 56, 7, 9].

Ці тенденції змін розділені на три групи:

- зміни в економіці, які впливають на умови маркетингової та логістичної діяльності підприємств;
- зміни на ринку, які впливають на умови логістичної та маркетингової діяльності;
- зміни у маркетинговій діяльності підприємств.

Логістична діяльність підприємства є одним з ключових аспектів його успішного функціонування, адже вона відіграє вирішальну роль у координації потоків товарів, інформації та фінансів. Завдяки ефективній логістиці можливе своєчасне і точне постачання продукції від постачальника до кінцевого споживача, що забезпечує зниження витрат і підвищення рівня задоволеності клієнтів. Ця діяльність включає в себе такі ключові процеси, як управління запасами, складське господарство, транспортування та управління замовленнями, кожен з яких вимагає ретельного планування і оптимізації [48].

На міжнародному рівні, логістика також включає інтеграцію і координацію цих процесів у межах глобальних ланцюгів поставок. Це не тільки дозволяє підприємствам бути більш конкурентоспроможними на

світовому ринку, але й забезпечує можливість швидко адаптуватися до змін у попиту та пропозиції, а також до інших зовнішніх впливів. Особлива увага в сучасній логістиці приділяється інформаційним технологіям та автоматизації, які сприяють покращенню точності, швидкості та прозорості процесів [52].

Ефективність логістичної діяльності в значній мірі залежить від якості її планування та виконання, а також від того, наскільки ефективно підприємство може інтегрувати ці процеси в загальну стратегію своєї діяльності. Розглянемо трактування поняття логістика науковцями, які намагаються постійно оновлювати та розширювати його розуміння для відповідності сучасним викликам див. табл. 1.1.

Таблиця 1.1

Трактування логістичної діяльності підприємства науковцями

Автор	Трактування логістичної діяльності підприємства
Гриценко Н. [56]	Логістика підприємства забезпечує ефективне управління матеріальними потоками та інформацією. Це включає оптимізацію запасів, зниження витрат та підвищення задоволеності клієнтів.
Ганжуренко І. В. [9]	Сутність логістичної діяльності полягає в координації всіх процесів, від закупівлі до доставки кінцевому споживачу. Вона включає планування, реалізацію та контроль всіх цих операцій.
Ільченко Н., Восканян З. [15]	Логістика підприємства вирішує проблему мінімізації витрат та часу в процесах поставки продукції. Це стратегічне планування та керування потоками товарів та інформації.
Науменко М. О. [32]	Сутність логістичної діяльності виявляється у вдосконаленні та оптимізації зовнішніх та внутрішніх логістичних операцій підприємства. Це охоплює управління поставками, запасами та розподілом.
Пічугіна М. А., Шрамко Н. В. [34]	Логістика на підприємстві зосереджена на забезпеченні неперервності постачання продукції від постачальника до споживача, що дозволяє підтримувати високий рівень сервісу та конкурентоспроможності.

Джерело: складено автором за матеріалами [56;9;15;32;34]

Аналізуючи табл. 1.1. науковці одностайно вважають, що логістична діяльність підприємства має вирішальне значення для ефективності загальних операцій. Усі вони підкреслюють важливість оптимізації та координації матеріальних та інформаційних потоків. Планування, реалізація та контроль є ключовими елементами у їхніх описах. Також вони згодні, що логістика спрямована на зниження витрат та підвищення задоволеності клієнтів, що є основою для підтримки високого рівня сервісу та конкурентоспроможності.

Хоча в цілому науковці зосереджені на загальних аспектах логістичної діяльності, їх підходи варіюються у фокусуванні на певних елементах. Деякі акцентують на стратегічному плануванні та керуванні, в той час як інші більше уваги приділяють оптимізації внутрішніх процесів, таких як управління запасами і розподілом. Відмінності також прослідковуються у масштабі розгляду логістичних операцій, від мікрорівня оперативного управління до макrorівня стратегічного планування.

На мою думку, у трактуванні логістичної діяльності необхідно більше звернути увагу на використання цифрових технологій і автоматизації. Це могло б посилити зосередженість на точності, швидкості та прозорості операцій. Також корисною була би інтеграція екологічних практик для сталого розвитку, що допоможе підприємствам зменшити свій екологічний вплив. Нарешті, важливо розглянути більш глобальний контекст логістичної діяльності, враховуючи змінні економічні та політичні умови, що впливають на міжнародну торгівлю.

Щорічний розвиток економічних процесів у суспільстві призводить до швидкого та глобалізованого розвитку кожної галузі та напрямку загалом. Швидкі зміни спричинені значним впливом розвитком постіндустріального суспільства. Дедалі гостро постає питання важливості налагодження правильних логістичних процесів, від яких і залежить безпосередньо робота чи не кожного підприємства [27].

Логістика - це процес планування та виконання ефективного транспортування та зберігання товарів від точки походження до точки

споживання. Мета логістики - своєчасне, економічно ефективно задоволення потреб клієнтів [1].

Логістика - це комплексний процес управління потоками матеріальних, інформаційних та фінансових ресурсів в рамках виробничо-економічних систем з метою забезпечення ефективності та ефективності цих потоків [5].

Логістика є відносно новою наукою, але вже має три етапи становлення [30] (рис. 1.1).

Основні аспекти логістики включають управління постачанням, транспортуванням, складськими операціями, операціями з обробки замовлень, управлінням запасами, дистрибуцією товарів та інші види логістичних процесів.

Мета логістики полягає в оптимізації всіх цих процесів для забезпечення своєчасності, якості та ефективності постачання товарів або послуг від постачальника до кінцевого споживача. Це може включати мінімізацію витрат, оптимізацію запасів, зниження часу доставки та покращення обслуговування клієнтів.

I етап	•був сформований в 60-их роках. Завдяки цьому етапу було сформовано два положення: істотний економічний ефект може дати поєднання деяких функцій фізичного розподілу матеріалів; єдиною системою управління можуть бути об'єднані окремі потоки матеріалів на зберіганні, виробництві та транспортуванні.
II етап	•розпочався у 80-их роках. Для нього було характерним збільшення інтеграційної логістики. Під час другого етапу стало помітним: підвищення вартості фізичного розподілу; збільшене використання комп'ютера для аналізу інформації та контролінгу логістики; централізація фізичного розподілу; зниження запасу у матеріало-провідних ланцюгах
III етап	•охоплює сьогодення, так як з'являються фундаментальні інновації в планування та менеджменті процесів на ринку та у світовій економіці; новітні комунікаційні технології; розвиток галузей для надання логістичних послуг.

Рис. 1.1. Етапи становлення логістики (Джерело: складено автором за матеріалами [5])

У виробничій діяльності логістика відіграє критичну роль у забезпеченні гладкого та ефективного руху матеріальних ресурсів від постачальників до виробничих ліній та від заводів до кінцевих пунктів продажу. У сфері послуг логістика може означати оптимізацію процесів виконання послуги та забезпечення необхідних ресурсів для цього.

Загалом, логістика є важливою складовою будь-якої ефективної бізнес-моделі, що сприяє підвищенню конкурентоспроможності та задоволенню потреб клієнтів [53].

Логістична діяльність - це комплекс організаційних та управлінських заходів, спрямованих на забезпечення оптимального руху товарів та послуг від постачальників до кінцевих споживачів. Основна мета логістичної діяльності полягає в ефективному управлінні ланцюгом постачання для забезпечення задоволення потреб клієнтів при мінімізації витрат та оптимізації процесів [57].

Логістична діяльність включає такі основні аспекти:



Рис. 1.2. Основні аспекти логістичної діяльності (Джерело: складено автором за матеріалами [23])

– Управління запасами: Оптимізація обсягів запасів для забезпечення плавного виробництва та доставки товарів, уникнення зайвих запасів та збереження необхідних резервів.

– Транспортування: Організація та контроль за транспортними засобами для перевезення товарів від виробника до споживача, вибір оптимальних маршрутів та видів транспорту.

- Складське господарство: Управління складами для зберігання та обробки товарів, оптимізація процесів прийому, зберігання та відвантаження.
- Управління замовленнями: Контроль та координація процесів прийому, обробки та виконання замовлень з метою запобігання затримок та підвищення ефективності.
- Інформаційне управління: Забезпечення потрібною інформацією для прийняття рішень у всіх сферах логістичної діяльності, включаючи відстеження, контроль та аналіз даних [42].

Ці аспекти діяльності взаємопов'язані та взаємодоповнюються з метою забезпечення безперебійного та ефективного руху товарів у ланцюгу постачання.

Логістична діяльність організації визначається як вітальний компонент управління ланцюгом поставок, який включає планування, реалізацію та контроль над ефективним і прямим, а також зворотним потоком товарів, послуг, а також відповідної інформації між початковою точкою і кінцевими споживачами. Цей процес спрямований на виконання вимог клієнтів [8, с. 83].

В контексті управління ланцюгом поставок, логістика є ключовим елементом, що забезпечує ефективний пересування товарів від постачальників до споживачів. Логістична діяльність покриває широкий спектр операцій і процесів, що мають відношення до планування, організації, виконання та контролю за переміщенням товарів та послуг по ланцюгу поставок. Ключові аспекти логістичної діяльності включають управління запасами, транспортування, складську логістику, управління замовленнями, обробку замовлень, а також управління інформацією та даними між учасниками ланцюга поставок.

Синхронізація цих процесів сприяє забезпеченню надійних та ефективних поставок, мінімізації витрат, оптимізації рівнів запасів та досягненню високого рівня задоволення клієнтів. Основна ціль логістики полягає у забезпеченні доставки правильного товару в правильне місце, вчасно і за відповідною ціною [43].

Хоча базова концепція логістики є зрозумілою, її реалізація у сучасних промислових умовах може виявитися все більш складною. Функції, такі як матеріально-технічне забезпечення, транспортування, управління запасами, упаковка та складське господарство, стають технологічно складнішими, і їх необхідно інтегрувати в єдину координовану діяльність. В сучасних умовах, найбільш ефективним засобом для збору та обробки інформації з кожної окремої функції є застосування комп'ютерного програмного забезпечення, процес відомий як управління логістикою [44].

Термінології "управління логістикою" та "управління ланцюгами поставок" часто використовуються як синоніми, проте більш точно визначати, що управління логістикою є лише однією з компонент управління ланцюгом поставок [7]. Логістична діяльність підприємства може бути аналізована через призму виконання основних логістичних процесів, що включають координацію наступних аспектів:

- Діяльності, пов'язаної з оперативно-календарним планом постачання сировини, матеріалів та напівфабрикатів; здійсненням транспортно-складських робіт із сировиною та матеріалами;
- Процесами, асоційованими з плануванням фізичного розподілу під час виробничих процесів, що включають внутрішньозаводське переміщення матеріалів, сировини, запчастин та готової продукції, виконання завантажувальних та розвантажувальних робіт, а також транспортно-складські роботи з незавершеною продукцією;
- Активності, що зумовлені планом маркетингу при реалізації продукції, зокрема прогнозуванням попиту, наданням сервісних послуг, оперативно-календарним плануванням, обробленням замовлень клієнтів та виконанням складських і транспортних робіт [10, с. 21].

В рамках логістичної діяльності підприємства особливе місце займає логістика залучених сторонніх організацій, яка розглядається через три рівні прийняття рішень. Розвиток логістичної діяльності визначається цими

ключовими рівнями, що формують загальну стратегічну і тактичну основу для ефективної інтеграції і оптимізації логістичних процесів див. рис. 1.3.

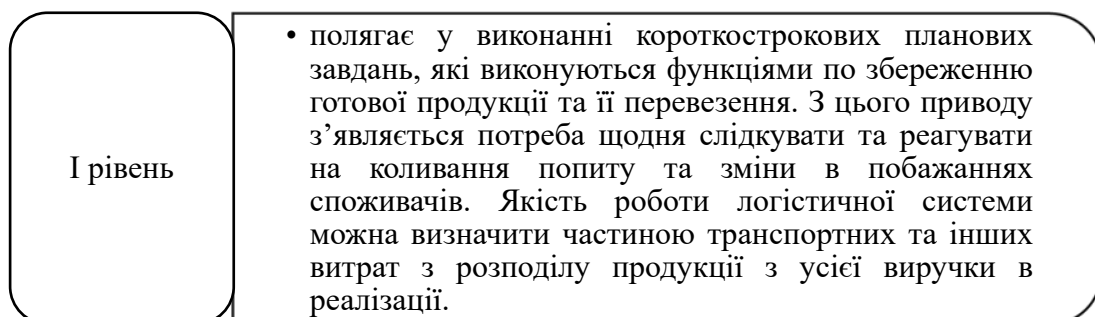
В даний час зростає тенденція з боку виробничих компаній передавати свої логістичні функції стороннім компаніям або надавати субпідряди, а не робити все в одному підприємстві. З цієї причини в даний час існує все більша кількість спеціалізованих компаній для досягнення конкретних логістичних функцій для інших компаній [54].

Однак, навіть якщо було прийнято стратегічне рішення щодо збереження логістичних функцій на підприємстві, може бути прийнято тактичне рішення щодо надання аутсорсингу в певному регіоні, де витрати на паливе чи транспортування можуть бути надзвичайно високими, так що зрозуміло, що аутсорсинг принесе переваги на цьому рівні.

Так само, можливо, було прийнято стратегічне рішення про інтеграцію конкретних логістичних-компаній у допоміжні компанії [4].

Логістична операція представляє собою інтегральний елемент загального логістичного процесу, який реалізується в межах однієї робочої станції або з використанням окремого технічного засобу. Вона включає в себе низку дій, що здійснюють перетворення логістичних потоків і які не можуть бути розкладені на більш дрібні компоненти [35].

Рис. 1.3.



Продовження Рис. 1.3.

II рівень	• характеризується управлінням потоку продукції від остаточного пункту виробництва до кінцевого споживача. До функцій логістичної системи відносять: опрацювання замовлень споживача, обслуговування споживача, зберігання товару в складських приміщеннях, контроль запасів, планування логістики наперед. Оцінка логістичної системи здійснюється методом порівняння кошторису витрат з реальними витратами.
III рівень	• полягає у проведенні контролю логістичних операцій від моменту закупки сировини до обслуговування кінцевого споживача. До функцій відносять: закупку сировини, прогноз збуту товару, контроль запасів, організація виробництва. Для визначення оцінки ефективності використовують порівняння з ідеалом якості обслуговування. Метою підприємств на третьому рівні є підвищення продуктивності, на відміну від другого рівня де за мету є скорочення витрат.
IV рівень	• Четвертий рівень відрізняється від третього інтеграцією процесів планування. Він характеризується поєднанням процесів планування та контролювання логістики на підприємстві з маркетингом, збутом, виробництвом та фінансами. Оцінка якості проводиться за міжнародних стандартів.

Рис. 1.3. Рівні розвитку логістичної діяльності підприємства (Джерело: складено автором за матеріалами [26])

Це може включати, наприклад, базові маніпуляції з вантажем, такі як комплектація, навантаження, розвантаження, а також операції з обробки інформаційних чи фінансових потоків, як-от прийом замовлень, складання договорів, проектування маршрутів, здійснення платежів за товари та інше.

Зазвичай лише великі підприємці або виробники організовують систему логістики на підприємстві. Більшість компаній, передають цю функцію стороннім логістичним компаніям.

Перевезення та складування - це дві основні функції логістики. Управління транспортом фокусується на плануванні, оптимізації та здійсненні

використання транспортних засобів для переміщення товарів між складами, місцями роздрібної торгівлі та замовниками. Транспорт є мультимодальним і може включати перевезення через океан, повітря, залізницю та дороги [5].

Не дивно, що логістична діяльність - це складний процес, який включає планування та оптимізацію маршрутів і вантажних перевезень, управління замовленнями, аудит вантажу та оплату. Він також може поширюватися на процес, який контролює переміщення транспортних засобів через логістичні схеми за межами виробничих заводів, складів та розподільних приміщень.

Управління перевізниками - важливий аспект, оскільки ціна, доступність та місткість перевезень вантажоперевезень можуть сильно відрізнятися [7].

Митну діяльність часто вважають частиною логістики, оскільки документи, що підтверджують відповідність урядовим нормам, часто повинні опрацьовуватися, коли товари перетинають національні кордони або входять до морських портів [8].

Постачальники, виробники, дистриб'ютори та роздрібні торговці повинні вдосконалювати свої логістичні процеси, щоб задовольнити попит на більш швидко і зручну доставку широкого спектру товарів. Вони також повинні були краще інтегрувати свої процеси та системи для покращення видимості ланцюгів поставок [14].

Інтеграція передових технологій, таких як штучний інтелект та машинне навчання, може стати ключовим елементом у вдосконаленні логістичних процесів. Ці технології дозволяють здійснювати прогнозування попиту та оптимізацію запасів із високою точністю, що призводить до значного зниження витрат та підвищення ефективності ланцюгів поставок. Крім того, автоматизація складських операцій за допомогою робототехніки може значно прискорити обробку замовлень та зменшити людські помилки. Таке нововведення не тільки сприяє швидшій доставці товарів кінцевому споживачу, але й забезпечує більш високий рівень задоволення клієнтів. Реалізація цифрової координації між усіма учасниками ланцюга поставок

може додатково підсилити їхню спроможність адаптуватися до змін у ринкових умовах.

З іншого боку, забезпечення відкритості та прозорості в управлінні ланцюгом поставок є критично важливим для всіх учасників ринку. Впровадження інтегрованих платформ, що дозволяють обмінюватися реальними даними про статус замовлень, наявність товарів та час доставки, створює основу для взаємної довіри та співпраці [58].

Іноді терміни вхідної та вихідної логістики використовуються для позначення логістики товарів, які прибувають або виходять із об'єкта відповідно. Однією важливою категорією є зворотна логістика, логістичні процеси, необхідні для повернення продукту для обслуговування, реконструкції чи виведення з експлуатації та переробки [17].

Управління логістикою включає в себе наступні складові [20] (рис. 1.4):



Рис. 1.4. Складові управління логістикою(Джерело: складено автором за матеріалами [20])

Завдання логістики в організації представлені на рис. 1.5 [24]. Чим ефективніше сировину можна придбати, транспортувати та зберігати до використання, тим рентабельнішою стає підприємницька діяльність. Координація ресурсів, задля забезпечення своєчасної доставки та використання матеріалів, може удосконалити діяльність підприємства, або навпаки занедбати її [31, с. 281].

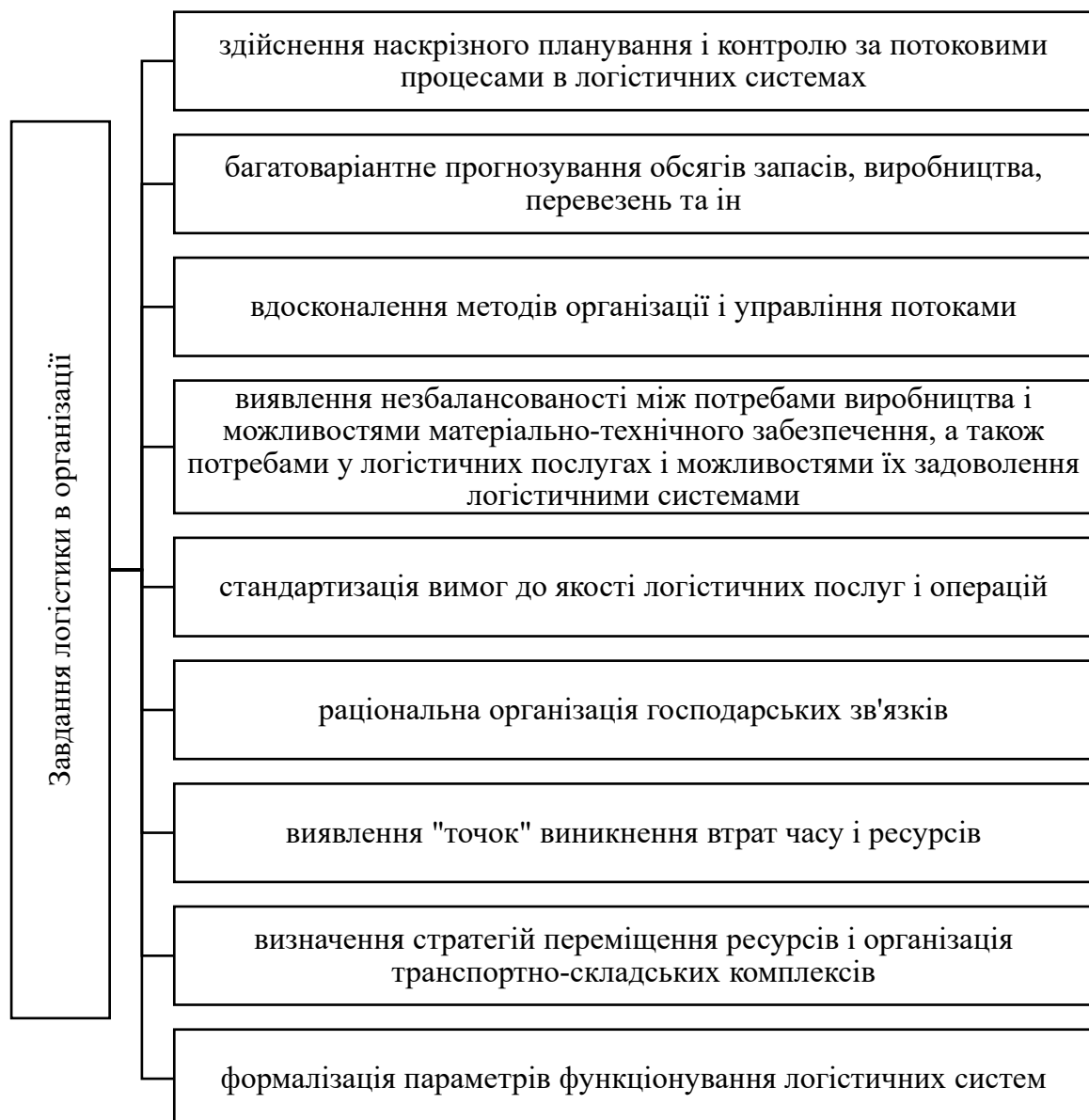


Рис. 1.5. Завдання логістики в організації(Джерело: складено автором за матеріалами [33])

І з боку замовника, якщо продукція не може бути виготовлена та відвантажена своєчасно, задоволеність споживачів може знизитися, що також негативно вплине на прибутковість компанії та довгострокову життєздатність [33, с. 168].

Зростання кількості товарів, що відвантажуються, та дефіцит необхідної робочої сили спричинили кризу логістики. У цій роботі представлено основи логістичної системи та точки вдосконалення, які можна використовувати для підвищення ефективності на будь-якому робочому місці [38, с. 141].

Отже, логістичною діяльністю підприємства є важливою складовою управління ланцюгами поставок. Хоча терміни іноді використовуються взаємозаміно, логістика зосереджується на максимально ефективному переміщенні продуктів та матеріалів.

На відміну від цього, охоплює набагато більш широкий спектр діяльності з планування ланцюгів поставок, таких як планування попиту та планування продажів та операцій виконання ланцюгів поставок, включаючи стратегічне управління транспортом та транспортуванням.

1.2 Види логістичної діяльності та логістичних функцій

Для вивчення логістичної діяльності необхідно розглянути її складову. На сьогоднішній день не існує єдиної методики визначення видів логістичної діяльності та її функцій, але деякі вчені пропонують класифікацію видів логістичної діяльності (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Класифікація видів логістичної діяльності

Фазова логістична діяльність	Функціональна логістична діяльність
– Виробнича логістика; – Логістика розподілу та збуту; – Логістика постачань;	– Логістика контролю замовлень; – Логістика транспортування; – Складська логістика;

Продовження табл 1.1

– Логістика фінансів;	– Логістика управління запасами;
– Інформаційна логістика;	– Логістика пакування;
– Логістика повторного вжитку і утилізації.	– Логістика обслуговування.

Джерело: складено автором за матеріалами [40;33]

У фазовій логістиці розрізняють матеріально-потокową, фінансову та інформаційну логістику.

Фази трансформації матеріального потоку на підприємстві включають: доставку матеріалу, виробництво продукції, продаж, повернення тари або продукції, утилізацію непотрібного матеріалу. Фінансова логістика включає управління фінансовими потоками, які є частиною логістичних процесів. Інформаційна логістика включає управління логістичною інформацією. Функціональна логістична діяльність включає види відповідно до логістичних завдань і процесів, в результаті чого вона представляє логістичні функції [60].

Логістика контролю замовлень пов'язана з обробкою заявок клієнтів: від обробки замовлення до доставки товару, виставлення рахунку та отримання оплати. Функція контролю замовлень забезпечує алгоритм прийому та обробки заявок, визначає час доставки товару чи послуги. Якщо компанія володіє високою компетентністю в організації та управлінні замовленнями, вона може досягти значних успіхів у логістиці.

Робота з обробкою та реалізацією замовлень – це інформаційний потік від замовника до постачальника з метою постачання товарів та надання послуг шляхом виконання наступних дій: обробка замовлень за алгоритмом, передача, приймання та розміщення замовлень, обробка та передача рахунків-фактур, комплектація, відправка, контроль за виконанням замовлень [3].

Транспортування здійснюється: вантажопереміщення, експедирування та супутні логістичні операції. У його функції входить організація, планування і

управління транспортними процесами, а також пошук експедиторів, перевізників і видів транспорту, транспортних маршрутів, тощо. Перевезення поділяються на: в межах підприємства і поза ним. Для переміщення вантажів за межі підприємства часто використовуються спеціалізовані транспортні компанії.

Складська логістика включає розміщення, організацію та стимулювання управління складом. Головним у складській логістиці є склад, де приймаються, розміщуються, переміщуються, сортуються та готуються до відвантаження матеріальні ресурси [61].

Пакувальна логістика на підприємстві здійснює процес пакування, забезпечуючи логістичні функції упаковки, формуючи логістичні підрозділи. Управління запасами створює, регулює та контролює рівень запасів при купівлі, виробництві та продажу товарів [2].

Сервісна логістика визначає прийнятний рівень сервісу, стандарт сервісу, складання проекту сервісу, виконання сервісу.

Функціональна сфера логістики включає функції логістики (табл. 1.2)

Таблиця 1.2

Фазові логістичні функції

Вид логістичної діяльності	Функції та процеси
Збут (розподіл)	Організація плану маркетингу, передбачення попиту, організація мережі збуту, контроль запасу готового товару, обробка замовлень, пакування, доставлення товару клієнту, транспортні роботи для збуту тощо
Постачання	Корегування з планом виробництва, організація замовлень, закупка, транспортування, контроль запасів у поставках, транспортні роботи для постачання тощо

Продовження табл 1.2

Рециклювання	Організація процесів рециклювання, складання та збереження виробничих відходів, товару, матеріалу, утилізація та переробка відходів, контролювання зворотного повернення тари, товару тощо
Підтримка виробництва	Координування плану фізичного розподілу, контролювання транспортування незакінченого виробництва, транспортування матеріалу, контролювання сировини, матеріалу, комплектуючих виробів, складування незакінченого виробництва тощо

Джерело: складено автором за матеріалами [32;43]

Аналізуючи таблицю 1.2, можна визначити різні аспекти логістичної діяльності, що охоплюють чотири ключові сфери: збут (розподіл), постачання, рециклювання та підтримка виробництва. Кожен з цих видів діяльності має визначені функції та процеси, які відіграють критичну роль у загальному ланцюгу поставок.

Збут (розподіл). У сфері збуту основна увага приділяється організації плану маркетингу та передбаченню попиту, що є важливим для прогнозування виробничих потреб і оптимізації запасів. Організація мережі збуту, контроль запасу готового товару та ефективна обробка замовлень спрямовані на забезпечення належного рівня сервісу для клієнтів. Процеси пакування та доставлення товару клієнту, а також транспортні роботи для збуту, є вирішальними для забезпечення ефективності та своєчасності доставки.

Постачання. Цей сегмент включає координацію з планом виробництва, організацію замовлень і закупку необхідних матеріалів. Ключовими процесами тут є транспортування і контроль запасів, що дозволяє зменшити витрати на логістику та забезпечити безперервність виробництва. Транспортні роботи для постачання забезпечують рух товарів від постачальників до місця виробництва або складів [62].

Рециклювання. Сфера рециклювання включає організацію процесів рециклювання, складання та збереження виробничих відходів. Процеси

утилізації та переробки відходів, а також контроль зворотного повернення тари та товару, важливі для зменшення негативного впливу на довкілля та ефективного управління ресурсами.

Підтримка виробництва. Цей аспект логістики включає координацію плану фізичного розподілу, контроль за транспортуванням незакінченого виробництва, матеріалів, сировини та комплектуючих виробів. Складування незакінченого виробництва є ключовим для забезпечення плавності та ефективності виробничих процесів.

Загалом, ці чотири сфери відображають інтегрований підхід до управління ланцюгом поставок, де кожна функція взаємопов'язана і має забезпечувати гладке функціонування всієї системи.

Етапи логістичної діяльності поділяються на логістичні процеси та функції, а також до них відносяться логістичні операції [36].

Узагальнені види логістичної діяльності представлені на рис. 1.6 [47].



Рис. 1.6. Основні види логістичної діяльності (Джерело: складено автором за матеріалами [44])

Основні види логістичної діяльності, зазначені на рис. 1.6, відіграють критичну роль у ефективному управлінні ланцюгами поставок. Постачання та закупівлі становлять основу для підтримки виробничих потреб та належного рівня запасів. Зовнішнє та внутрішнє транспортування забезпечує переміщення товарів між ланками ланцюга поставок, тоді як складування відповідає за оптимізацію використання простору та ресурсів. Управління запасами та комплектування замовлень вимагають точного планування та виконання для забезпечення своєчасності поставок. Вантажопереробка, управління фізичним розподілом, зворотна дистрибуція, вибір місця розміщення логістичної системи та логістичні комунікації – всі ці процеси сприяють підвищенню гнучкості, зниженню витрат та підтримці зростання компанії [63].

Логістика зазвичай стосується логістики продажів. У минулому це була в основному доставка від центрів доставки та логістичних складів до пунктів дистрибуції, таких як оптові та роздрібні торговці. Але зараз пряма доставка також складає велику кількість цього обсягу за рахунок інтернет-магазинів та електронної комерції [50].

Зворотна дистрибуція: відновлення та переробка продуктів, контейнерів та упаковки. Логістика постачання та закупівлі - це потік товарів, коли сировина та деталі, необхідні для виготовлення, закупаються у постачальників. Раніше ця сфера не привертала великої уваги, але тепер, коли виробництво різних моделей є основним видом виробництва, багато фірм активно ведуть виробництво, закупаючи необхідні матеріали лише в необхідні кількості в необхідний час (перехід на своєчасне виробництво), оскільки це безпосередньо пов'язане зі зниженням витрат на запаси [55].

Управління запасами: управління матеріалами, розподіл на заводах, управління продуктами, доставка [59].

Виробнича логістика - це потік товарів, який включає управління закупленими деталями та матеріалами, розподіл всередині фабрики, управління продукцією, упаковкою та доставкою на склад.

Управління доставкою, управління відправленням складів та управління доставкою можна оптимізувати, а стан транспортних засобів можна керувати, плавно пов'язуючи логістику закупівель та логістику продажів, описану далі [40].

Зовнішнє і внутрішнє транспортування: доставка зі складу торговцям, роздрібним торговцям та споживачам [39, с. 182].

Логістичні функції включають різноманітні завдання та операції, що забезпечують ефективне управління ланцюгом постачання та оптимізують рух товарів і послуг від постачальників до кінцевих споживачів.

Сьогодні виділяють два види функцій логістики згідно з її завданнями:

- 1) оперативні;
- 2) координаційні.

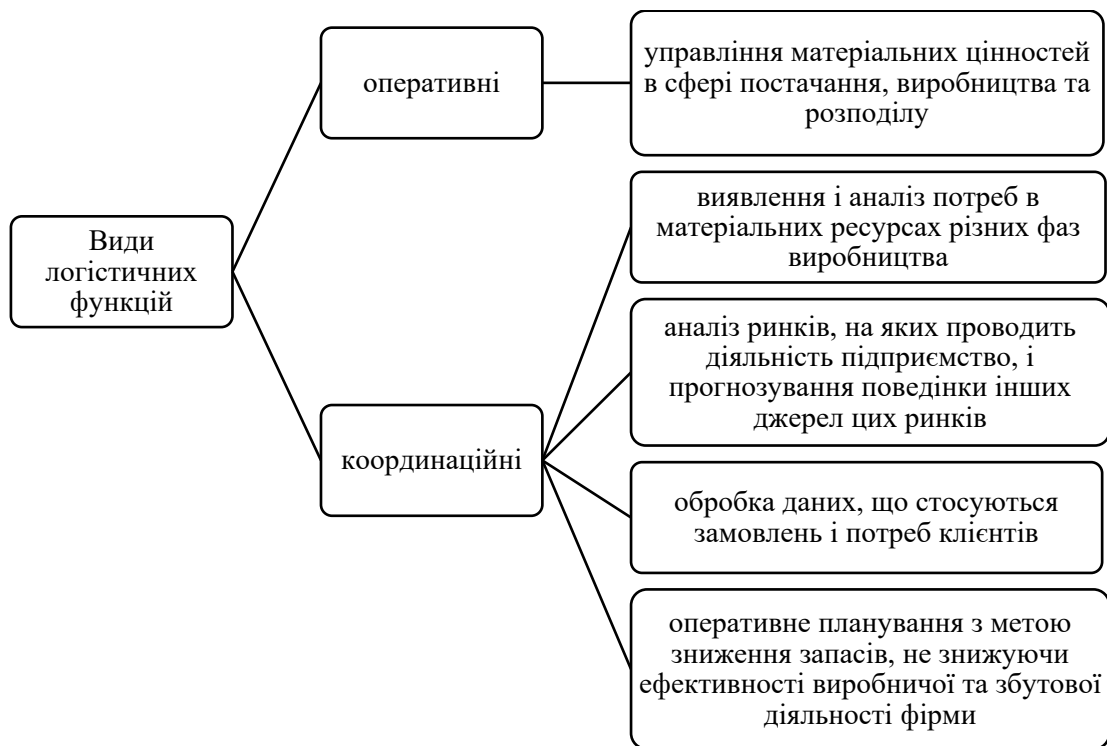


Рис. 1.7. Види логістичних функцій (Джерело: складено автором за матеріалами [44])

Функції оперативного характеру зосереджені на безпосередньому управлінні матеріальними активами в контекстах постачання, виробництва та розподілу. Таке управління передбачає деталізований контроль та організацію

ресурсів, що є необхідними для забезпечення неперервності та ефективності виробничих процесів.

У рамках функцій логістичної координації основними завданнями є:

- Виявлення та аналітична оцінка потреб у матеріальних ресурсах на різних етапах виробничого циклу. Це дозволяє оптимізувати використання ресурсів та знижувати витрати.

- Аналіз ринкового середовища, в якому функціонує підприємство, та прогнозування ринкової поведінки конкурентів та інших учасників ринку. Це важливо для стратегічного планування та адаптації до змін у зовнішніх умовах.

- Оброблення та аналіз даних, пов'язаних зі замовленнями та запитами клієнтів. Ефективне управління цією інформацією допомагає підвищити задоволення клієнтів та оптимізувати логістичні потоки.

- Оперативне планування з метою оптимізації запасів, при цьому не знижуючи продуктивність та ефективність виробничих та комерційних процесів. Це вимагає високої координації між виробництвом та збутом, а також точного балансування між доступністю та вартістю запасів [64].

Відповідно до альтернативної класифікації, виділяють наступні логістичні функції:

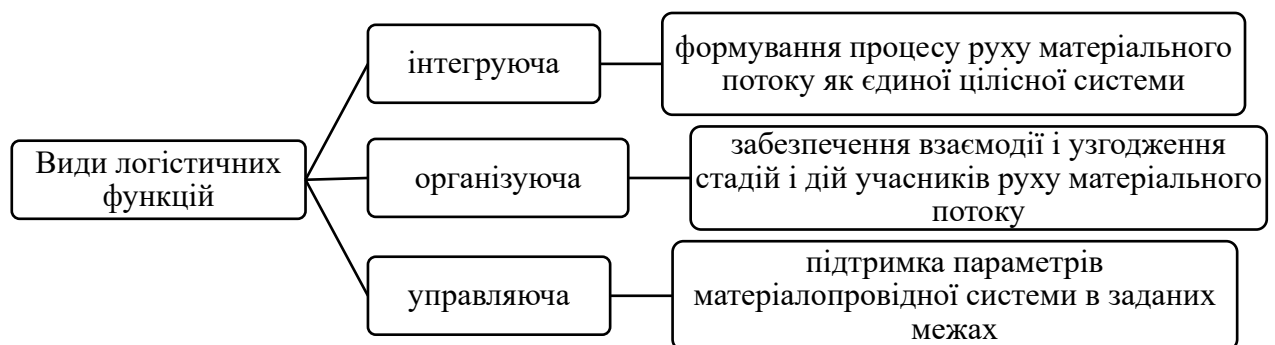


Рис. 1.8. Класифікація логістичних функцій(Джерело: складено автором за матеріалами [21])

Перша функція, інтегруюча, полягає у створенні єдиної цілісної системи з об'єднання різних елементів матеріального потоку.

Друга функція, організуюча, включає в себе забезпечення взаємодії та координації дій усіх учасників, задіяних у процесі переміщення матеріальних потоків.

Третя функція, управляюча, орієнтована на підтримку та контроль параметрів матеріалопровідної системи в межах заданих стандартів.

Логістичні функції можна класифікувати за різними критеріями, включаючи їх роль у ланцюгу постачання, тип операцій та області діяльності. Інші науковці розрізняють наступну класифікацію логістичних функцій [65]:

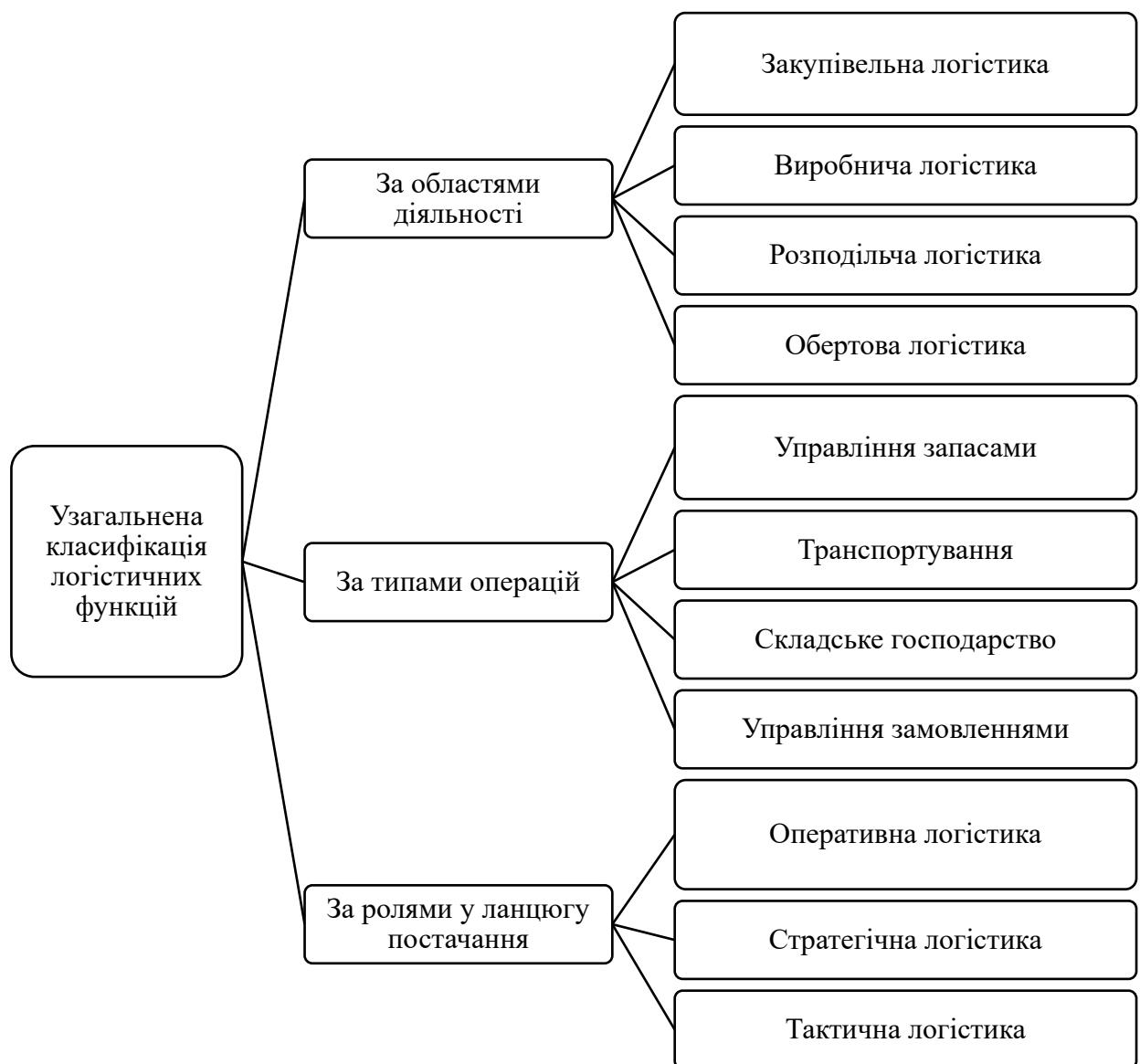


Рис. 1.9. Узагальнена класифікація логістичних функцій(Джерело: складено автором за матеріалами [18])

1) За областями діяльності:

- Закупівельна логістика: Включає процеси замовлення та отримання матеріалів від постачальників.
- Виробнича логістика: Організація виробничих процесів та внутрішньоскладського переміщення товарів.
- Розподільча логістика: Забезпечення доставки товарів від виробника до кінцевого споживача.
- Обертова логістика: Управління оборотом товарів, включаючи повернення товарів виробнику або постачальникові [66].

2) За типами операцій:

- Управління запасами: Контроль за кількістю та розподілом товарів на складах.
- Транспортування: Організація та контроль за перевезенням товарів.
- Складське господарство: Управління процесами зберігання та обробки товарів на складах.
- Управління замовленнями: Обробка та виконання замовлень клієнтів [49].

3) За ролями у ланцюгу постачання:

- Оперативна логістика: Забезпечення потрібних ресурсів та послуг для виробництва та доставки товарів.
- Стратегічна логістика: Розробка стратегій та політик управління ланцюгом постачання.
- Тактична логістика: Планування та координація конкретних операцій для досягнення стратегічних цілей [46].

Класифікація логістичних функцій допомагає розуміти їх роль та значення у процесах управління ланцюгом постачання, а також дозволяє ефективно організувати та вдосконалювати логістичні процеси у підприємствах.

1.3 Класифікація логістичних операцій підприємства

Логістичні операції підприємства - це сукупність дій та процесів, спрямованих на управління потоками матеріальних ресурсів, товарів і інформації в рамках ланцюга постачання з метою забезпечення ефективного виконання бізнес-процесів і задоволення потреб споживачів. Ці операції включають в себе планування, координацію та контроль руху товарів від постачальників до кінцевих споживачів, а також управління інформаційними потоками, що пов'язані з цими процесами [18].

Логістичні операції підприємства можна класифікувати за різними критеріями, такими як їхнє призначення, стадія виробничого процесу або функціональна спрямованість. Ось деякі основні класифікації логістичних операцій:



Рис. 1.10. Класифікація логістичних операцій підприємства (Джерело: складено автором за матеріалами [13])

1) За функціональною спрямованістю:

- Операції з управління запасами: управління рівнем запасів, замовлення та приймання товарів, інвентаризація тощо.
- Операції з транспортування: організація та контроль транспортних перевезень, вибір маршрутів, координація доставок тощо.
- Операції зі складського господарства: приймання, розміщення, зберігання та відвантаження товарів на складі, управління простором тощо.
- Операції з управління замовленнями: обробка та виконання замовлень клієнтів, планування виробництва та поставок, контроль статусу замовлень тощо [51].
- Операції з інформаційного управління: збір, аналіз та обробка даних про логістичні операції, передача та обмін інформацією між учасниками ланцюга постачання, використання інформаційних технологій для підтримки логістичних процесів [19].

2) За стадією виробничого процесу:

- Планування та прогнозування: аналіз ринку, прогнозування попиту, планування виробництва та поставок.
- Виконавчі операції: операції з управління запасами, транспортування, складське господарство, обробка замовлень тощо.
- Моніторинг та контроль: відстеження та контроль за рухом товарів, аналіз результатів, вирішення проблем тощо [23].

3) За типом товарів або послуг:

- Логістика виробництва: організація матеріальних потоків в межах виробничого процесу.
- Дистрибуційна логістика: операції, пов'язані з розподілом та доставкою готової продукції.
- Оборотна логістика: операції з управління використаними та повернутими товарами (наприклад, утилізація, ремонт, повернення тощо) [25].

Ці класифікації допомагають розуміти різноманітні аспекти логістичної діяльності та визначити їхню роль у ланцюгу постачання підприємства, та матеріальний потік.

Матеріальний потік виникає на підприємстві в результаті комплексних дій з матеріальним об'єктом. Для управління та контролю матеріального потоку необхідно отримувати, обробляти та передавати інформацію, що стосується цього потоку. Виконувані дії відносяться до логістичних операцій [13].

Логістична операція – частина логістичного процесу, що відбувається на підприємстві. Логістична операція - це комплекс дій, спрямованих на перетворення логістичних потоків, які не підлягають поділу [26].

Класифікація логістичних операцій наведена в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3

Класифікація логістичних операцій

Ознака класифікації	Вид логістичної операції
Перехід права власності на товар	– Односторонні: логістична операція, яка характеризується переходом права власності товару та страхових ризиків, які відбуваються в середині логістичного процесу; – Двосторонні: логістична операція, яка характеризується переходом права власності товару та страхових ризиків, від однієї особи до іншої.
Відношення до логістичної системи	– Зовнішні: направлені на поєднання логістичної системи разом з зовнішнім середовищем; – Внутрішні: логістичні операції, які здійснюються в середині логістичної системи.
Спрямованість	– Прямі логістичні операції відбуваються коли товар надходить від виробника до споживача; – Зворотні логістичні операції несуть відповідальність за зворотній зв'язок, а саме повернення матеріального і інформаційного потоку до початкової стадії.

Продовження табл 1.3

Природа потоку	– Операції інформаційного потоку: зберігання, обробка, передача та збір інформації. – Операції фінансового потоку збігаються з логістичними операціями інформаційного потоку; Операції сервісного потоку
Характер виконання робіт	– Операції з доданою вартістю; - Операції без доданої вартості

Джерело: складено автором за матеріалами [1;20;25]

Логістична діяльність також включає операції з управління потоками та комерційні операції, але виключає прямі операції з матеріальними потоками. Зв'язок логістичних операцій і потоків зображується схемою поєднання матеріальних, інформаційних та фінансових потоків [27].

Отже, з проведеного дослідження ми визначили, що логістика є ключовою складовою сучасного управління ланцюгом постачання та відіграє важливу роль у забезпеченні ефективності та конкурентоспроможності підприємства. Логістика виступає як інтегрована система, яка об'єднує різні функції та процеси в одну узгоджену стратегію для оптимізації руху матеріальних потоків. Основний фокус логістики полягає в управлінні ланцюгом постачання від постачальника до кінцевого споживача. Це передбачає планування, координацію та контроль за всіма логістичними процесами в цьому ланцюзі. Ефективне управління запасами включає прогнозування попиту, планування запасів, оптимізацію рівня запасів та управління циклічними запасами. Транспортування та дистрибуція включають вибір оптимальних транспортних маршрутів, організацію та контроль за перевезенням товарів від виробника до споживача. Стратегічне планування сприяє розробці стратегічних планів та політик у галузі логістики

для досягнення конкурентних переваг та задоволення потреб споживачів. Ці теоретичні основи логістики визначають рамки для розробки та впровадження логістичних стратегій на підприємствах і допомагають їм досягати ефективності та конкурентоспроможності на ринку.

Таким чином, аналіз класифікації логістичних операцій підприємства демонструє їх важливість у формуванні здатності підприємства до швидкої адаптації до змін у ринкових умовах. Структуровані логістичні операції відіграють роль у стабілізації потоків товарів, забезпечуючи постійне постачання необхідних матеріалів для виробництва, а також своєчасну доставку кінцевих продуктів до споживачів. Операції з управління запасами та контролю замовлень дозволяють підприємству мінімізувати зайві витрати, знижувати обсяги нереалізованої продукції та підтримувати ефективне використання ресурсів. З іншого боку, грамотне планування та оптимізація транспортних потоків можуть значно скоротити час доставки, що підвищує задоволеність клієнтів та зміцнює позиції підприємства на ринку. Ефективність складських операцій забезпечує кращу інвентаризацію та покращує обіговість товарів, тим самим оптимізуючи просторове планування та зменшуючи логістичні витрати.

Додатково, розуміння і застосування класифікацій логістичних операцій сприяє побудові більш прозорих та ефективних ланцюгів постачання. Це створює фундамент для міцних відносин з постачальниками та дистриб'юторами, заснованих на взаємній довірі та зрозумілості логістичних процесів. Вибір правильного розташування логістичних центрів є життєво необхідним для максимізації оперативності та зниження транспортних витрат. Розвиток цифрових технологій в логістиці відкриває нові можливості для автоматизації процесів та збільшення точності виконання замовлень. Підвищення гнучкості логістичних операцій через впровадження модульних та масштабованих рішень дозволяє підприємству швидше адаптуватися до змін ринкових умов. Налагодження ефективних логістичних комунікацій

підвищує рівень координації внутрішніх та зовнішніх процесів, водночас сприяючи швидкому обміну інформацією та покращенню сервісу клієнтів.

РОЗДІЛ 2 МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТОВ «ОРІОН»

2.1 Характеристика досліджуваного підприємства ТОВ «Оріон»

Повне найменування юридичної особи: ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ОРІОН (ТОВ «ОРІОН»)

Код ЄДРПОУ: 31622381

Дата реєстрації: 14.12.2001 (22 роки 3 місяці)

Уповноважена особа: Топів Микола Миколайович

Розмір статутного капіталу: 70 000,00 грн.

Організаційно-правова форма: Товариство з обмеженою відповідальністю.

Основним видом діяльності підприємства є 01.21 Вирощування винограду. Крім основного виду діяльності, підприємство працює за наступними додатковими видами діяльності (рис. 2.1):

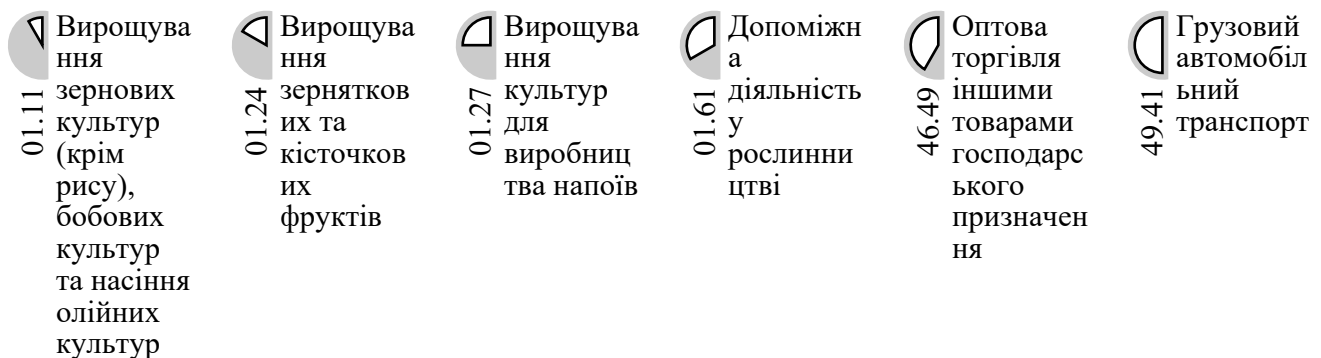


Рис. 2.1. Додаткові види діяльності ТОВ «Оріон» (Джерело: складено автором за матеріалами [39])

Для оцінки ефективності господарської діяльності підприємства та аналізу його фінансового стану, одним із найважливіших способів є аналіз фінансових результатів організації. Використовуючи дані фінансової звітності ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр. проведемо аналіз формування і динаміки

фінансових результатів діяльності підприємства, отримані значення представлено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Динаміка показників діяльності ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр.

Назва статті	Рік, (тис. грн.)					Абсолютне відхилення (+,-), тис. грн.					Відносне відхилення (%)		
	2019	2020	2021	2022	2023	202 0/ 201 9	202 1/ 202 0	202 2/ 202 1	202 3/ 202 2	202 0/ 201 9	202 1/ 202 0	202 2/ 202 1	2023/ 2022
Чистий дохід від реалізації продукції	1986 0,6	1990 3,6	1845 4,9	1577 2,3	2403 2,9	43	- 144 8,7	- 268 2,6	826 0,6	0,2	-7,3	- 14,5	52,4
Інші операційні доходи	-	-	-	2602, 8	223, 9	-	-	-	- 237 8,9				-91,4
Інші доходи	-	-	-	-	7,2	-	-	-	-				
Разом доходи	1986 0,6	1990 3,6	1845 4,9	1837 5,1	2426 4,0	43	- 144 8,7	- 79,8	588 8,9	0,2	-7,3	-0,4	32,0
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	1726 3,4	1758 2,7	1635 5,4	4653, 6	7715 ,1	319, 3	- 122 7,3	- 117 02	306 1,5	1,8	-7,0	- 71,5	65,8
Інші операційні витрати	126,2	83,7	-	1318 8,5	1552 7,7	- 42,5	-	-	233 9,2	- 33,7			17,7
Інші витрати	779,6	166,8	160,1	95,8	63,8	- 612, 8	-6,7	- 64,3	-32	- 78,6	-4,0	- 40,2	-33,4
Разом витрати	1816 9,2	1783 3,2	1651 5,5	1793 7,9	2330 6,6	- 336	- 131 7,7	142 2,4	536 8,7	-1,8	-7,4	8,6	29,9
Фінансовий результат до оподаткування:													
прибуток	1691, 4	2070, 4	1939, 4	437,2	957, 4	379	- 131	- 150 2,2	520, 2	22,4	-6,3	- 77,5	119,0
Податок на прибуток	304,5	372,7	349,1	78,7	172, 3	68,2	- 23,6	- 270, 4	93,6	22,4	-6,3	- 77,5	118,9
Чистий фінансовий результат:													
прибуток	1386, 9	1697, 7	1590, 3	358,5	785, 1	310, 8	- 107, 4	- 123 1,8	426, 6	22,4	-6,3	- 77,5	119,0
збиток													

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Виходячи з отриманих показників таблиці 1.1 можна відмітити стосовно доходів, за 2019-2023 рр. обсяг чистого доходу від реалізації продукції зріс з 19860,6 тис. грн. у 2019 р. до 24032,9 тис. грн. у 2023 р. Для наочності відобразимо дану ситуацію графічно (рисунок 2.2):

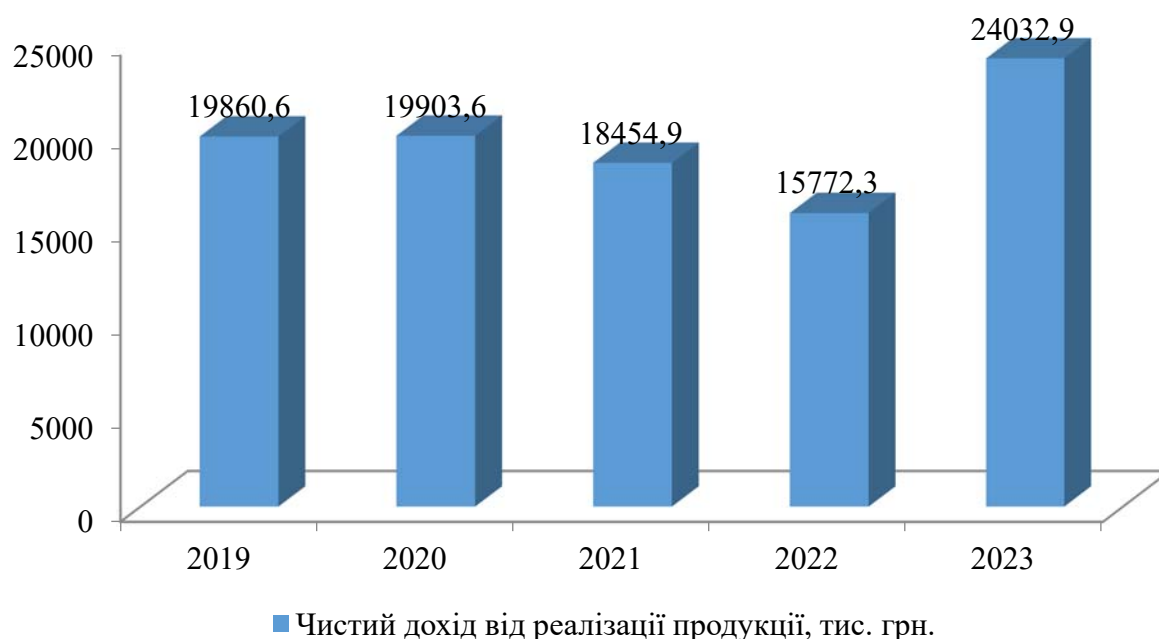


Рис. 2.2. Динаміка чистого доходу від реалізації продукції ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр. (Джерело: розроблено автором за даними підприємства)

Як бачимо, спостерігається позитивна тенденція зростання доходу від реалізації продукції, що свідчить про збільшення обсягів виробництва продукції, наявність попиту на продукцію та належний рівень збуту продукції.

Стосовно витрат підприємства, відповідно до представлених даних спостерігаємо скорочення обсягу собівартості реалізованої продукції, так у 2019 р. та 2020 р. даний показник становив 17263,4 тис. грн. та 17582,7 тис. грн. відповідно, у 2021 р. відмічено зменшення на 7,0% порівняно з 2020 р. , у 2022 р. - зменшення на 71,5% порівняно з 2021 р. та у 2023 р. зростання на 65,8

% порівняно з 2022 р., проте в загальній тенденції даний показник дорівнював 7715,1 тис. грн., тобто обсяги витрат значно скоротились порівняно з 2019 р.

Найважливішим показником оцінки успішної діяльності підприємства є його чистий прибуток. Отримані значення на основі фінансової звітності організації свідчать про отримання підприємством прибутку за досліджуваний період, що представлено на рисунку 2.3 нижче:

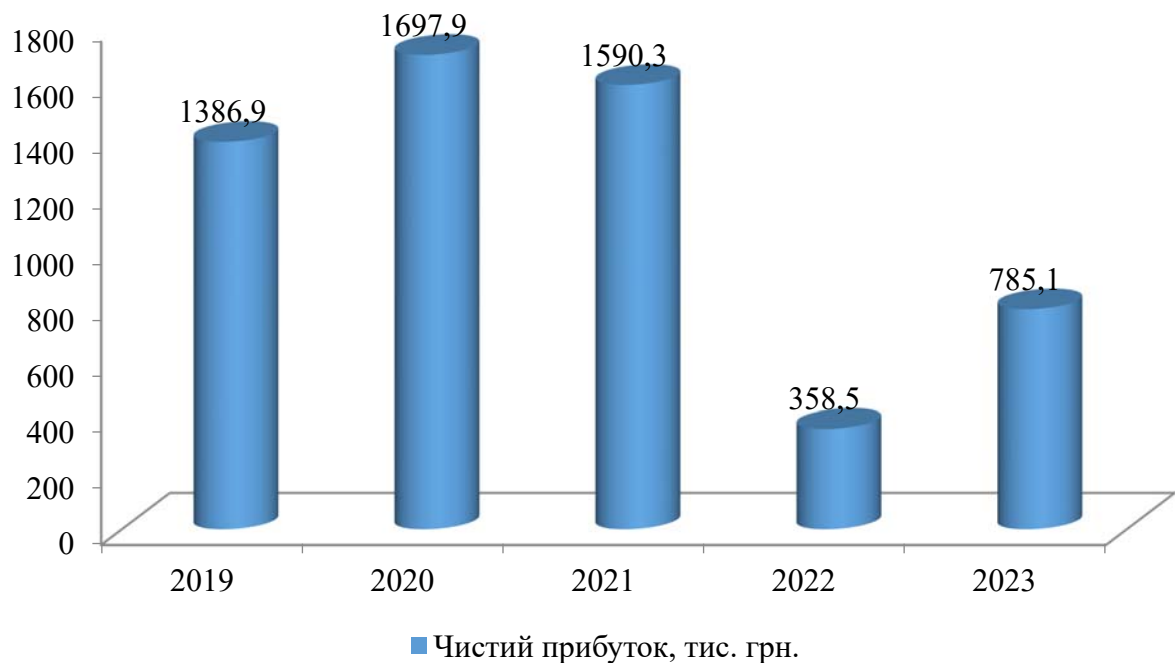


Рис. 2.3. Динаміка чистого прибутку ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр. (Джерело: розроблено автором за даними підприємства)

Як бачимо, найвищим прибуток був у 2020 р. і становив 1697,7 тис. грн. та у 2021 р. і дорівнював 1590,3 тис. грн., у 2022 р. відбулось зменшення на 1231,8 тис. грн. порівняно з 2021 р. У 2023 р. спостерігаємо збільшення прибутку на 426,6 тис. грн. порівняно з 2022 р., що пояснюється скороченням собівартості реалізації продукції та збільшенням чистого доходу від реалізації. Тобто отримані результати свідчать про ефективну господарську діяльність досліджуваного підприємства.

В оцінці фінансового стану організації вагоме місце займає визначення показників рентабельності підприємства, що дозволяє проаналізувати рівень прибутковості компанії. На основі звітних даних ТОВ «Оріон» проведемо розрахунок показників рентабельності підприємства за 2019-2023 рр., отримані результати представлено в таблиці 2.2 нижче.

Таблиця 2.2

Динаміка показників рентабельності ТОВ «Оріон», %

Показники		Рік					Відхилення (+,-)			
		2019	2020	2021	2022	2023	2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
Витратні показники										
1.	Рентабельність звичайної діяльності	1,87	8,27	12,11	0,03	0,06	6,4	3,84	-12,08	0,03
2.	Коефіцієнт окупності виробничих витрат	0,87	0,88	0,89	0,30	0,32	0,01	0,01	-0,59	0,02
Ресурсні показники										
3.	Рентабельність капіталу	0,18	0,17	0,15	0,04	0,07	0,01	-0,02	-0,11	0,03
4.	Рентабельність власного капіталу	0,26	0,26	0,21	0,04	0,09	-0,01	-0,05	-0,17	0,05
5.	Рентабельність залученого капіталу	0,55	0,51	0,51	0,25	0,25	0	0	-0,26	0
6.	Рентабельність необоротних активів	0,40	0,41	0,44	0,12	0,36	-0,04	0,03	-0,32	0,24
7.	Рентабельність оборотних активів	0,31	0,30	0,22	0,06	0,08	0,01	-0,08	-0,16	0,02
8.	Коефіцієнт окупності активів	0,49	0,60	0,72	0,73	0,60	-0,01	0,12	0,01	-0,13
9.	Коефіцієнт окупності власного капіталу	0,33	0,39	0,51	0,62	0,44	0,11	0,12	0,11	-0,18
Доходні показники										
10.	Чиста рентабельність реалізації продукції	0,09	0,10	0,11	0,03	0,04	0,01	0,01	-0,08	0,01

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

Провівши розрахунки показників рентабельності досліджуваного підприємства, можна відмітити зменшення показника рентабельності від звичайної діяльності, так у 2019 р. значення дорівнювало 1,87% тобто у 2019 р. ТОВ «Оріон» отримало 1 грн. 87 коп. прибутку від звичайної діяльності із 1

гривні звичайних витрат, у 2020 р. відбулось збільшення на 6,4% та дорівнювало – 8 грн. 27 коп., у 2021 р. даний показник мав найбільше значення та дорівнював 12 грн. 11 коп. прибутку, у 2022р. та 2023 р. спостерігається значне зменшення до 0,06%, що обумовлюється збільшенням обсягу витрат підприємства.

Аналізуючи ресурсні показники організації можна відмітити скорочення значень рентабельності власного капіталу з 0,26% у 2019 р. до 0,09 % у 2023 р. У 2022 р. даний коефіцієнт дорівнював 0,04%, що на 0,17% менше порівняно з 2021 р. У 2019 р. та 2020 р. як бачимо із розрахункових даних значення дорівнювало 0,26%. Враховуючи дану ситуацію рекомендується для більш ефективного розвитку розвивати свою діяльність у напрямку зниження виробничих, збутових та інших витрат, що дозволить підвищити чистий прибуток підприємства.

Доцільно звернути увагу на показник чистої рентабельності реалізації продукції підприємства, дані таблиці 2.2 дозволяють відмітити низькі значення даного коефіцієнту. Дана ситуація представлена графічно на рис. 2.4:

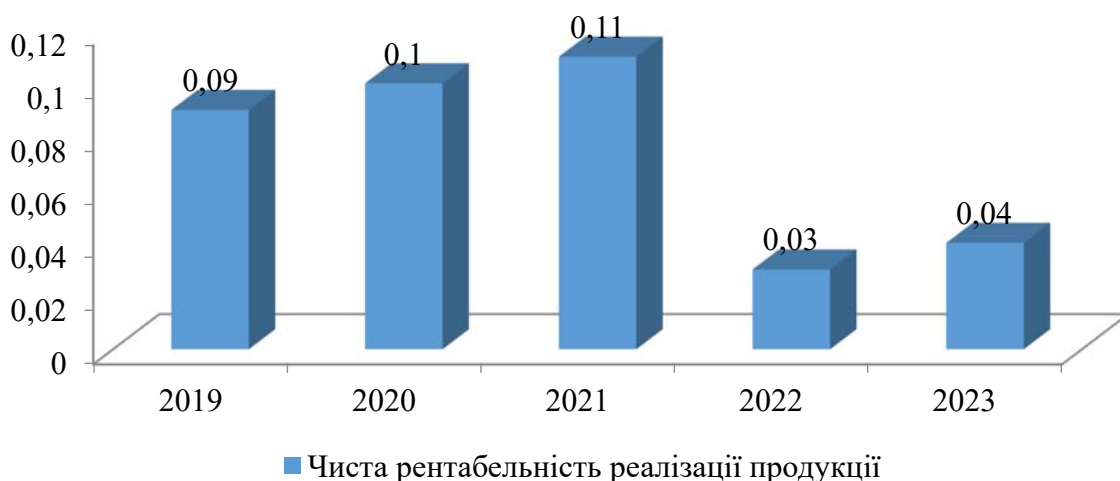


Рис. 2.4. Динаміка чистої рентабельності реалізації продукції ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр. (Джерело: розроблено автором за даними підприємства)

Як бачимо із даних представлених вище, у 2019 р. даний показник дорівнював 0,09%, у 2020 р. відбулось незначне збільшення на 0,01%, тобто у 2020 р. кожна грн. продажу принесла 0,1 коп. чистого прибутку, у 2021 р. – 0,11 коп. чистого прибутку, у 2022 р. бачимо зменшення на 0,08 коп. та у 2023 р. даний показник становить 0,04 коп. чистого прибутку. Дана ситуація свідчить про необхідність проведення оптимізації обсягу фінансових ресурсів підприємства.

Наступною важливою групою показників, які дозволяють оцінити фінансовий стан організації є коефіцієнти фінансової стійкості. Використовуючи фінансову звітність досліджуваного підприємства за 2019-2023 рр. зробимо розрахунок даних показників, отримані результати представлено у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Аналіз фінансової стійкості ТОВ «Оріон» за 2019-2023 рр.

Показники	2019	2020	2021	2022	2023	Відхилення (+,-)			
						2020/ 2019	2021/ 2020	2022/ 2021	2023/ 2022
Коефіцієнт автономії	0,68	0,67	0,71	0,85	0,73	-0,01	0,04	0,14	-0,12
Коефіцієнт концентрації залученого капіталу	0,32	0,34	0,29	0,15	0,27	0,02	-0,05	-0,14	0,12
Коефіцієнт фінансування	2,15	1,92	2,47	5,52	2,71	-0,23	0,55	3,05	-2,81
Коефіцієнт фінансового ризику	0,47	0,52	0,41	0,18	0,37	0,05	-0,11	-0,23	0,19
Коефіцієнт маневреності власного капіталу	0,37	0,54	0,65	0,71	0,79	0,17	0,11	0,06	0,08
Коефіцієнт забезпеченості оборотних коштів	0,44	0,61	0,69	0,87	0,71	0,17	0,08	0,18	-0,16
Коефіцієнт забезпеченості запасів	1,28	1,51	1,79	2,10	1,57	0,23	0,28	0,31	-0,53
Коефіцієнт реальної вартості майна	0,43	0,42	0,33	0,32	0,18	-0,01	-0,09	-0,01	-0,14
Коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів	1,31	1,36	2,02	2,16	4,45	0,05	0,66	0,14	2,29

Джерело: розроблено автором за даними підприємства

На основі отриманих даних проаналізуємо значення одного із найважливіших показників фінансової стійкості – коефіцієнту автономії. Значення даного показника дає можливість визначити яку частку своїх активів підприємство може профінансувати за рахунок власних фінансових ресурсів. Нормативне значення даного коефіцієнту знаходиться в межах $> 0,5$. Отримані результати відобразимо графічно (рисунок 2.5):

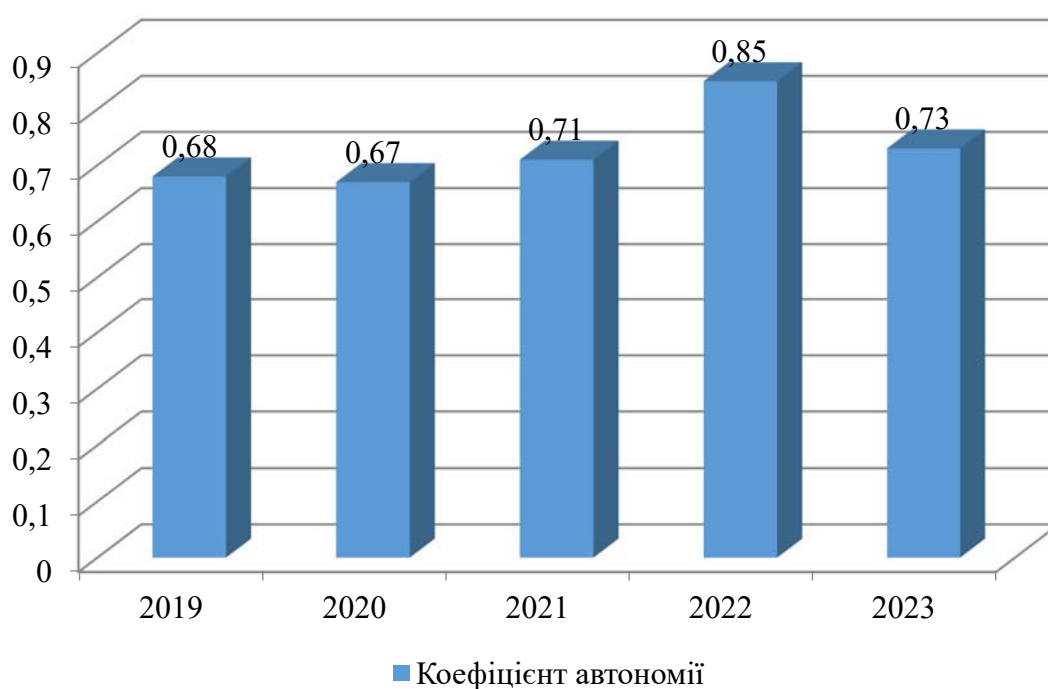


Рис. 2.5. Коефіцієнт автономії ТОВ «Оріон» (Джерело: розроблено автором за даними підприємства)

Як бачимо з отриманих даних, коефіцієнт автономії протягом досліджуваного періоду знаходиться вище нормативного значення. Так у 2019 р. даний коефіцієнт дорівнював 0,68, у 2020 р. зменшився на 0,01, у 2021 р. відбулось зростання до 0,71.

У 2022 р. та 2023 р. даний коефіцієнт мав найвище значення показника та дорівнював 0,85 та 0,73 відповідно. Тобто отримані результати свідчать про

фінансову стійкість організації та можливість при потребі погасити свої зобов'язання.

Отже, проведені розрахунки дозволили зробити висновок про задовільний рівень фінансового стану підприємства. За 2019-2023 рр. було відмічено отримання прибутку організацією від ведення своєю діяльності, що свідчить про ефективний розвиток. Необхідно відмітити що обсяги прибутку з 2019 р. до 2023 р. зменшились, що пояснюється впливом зовнішніх чинників та збільшенням обсягу витрат компанії. За рахунок збільшення витрат відбулось скорочення рівня рентабельності підприємства, що потребує оперативного втручання з боку управлінського персоналу. Позитивним фактором є збільшення обсягу чистого доходу організації від реалізації продукції, що підтверджується розрахунковими даними.

2.2 Основні напрямки логістичної діяльності підприємства

Після проведеного фінансового аналізу компанії можемо провести аналіз логістичної системи ТОВ «Оріон». Основними напрямками логістичної діяльності підприємства ТОВ «Оріон», які можуть включати такі аспекти:

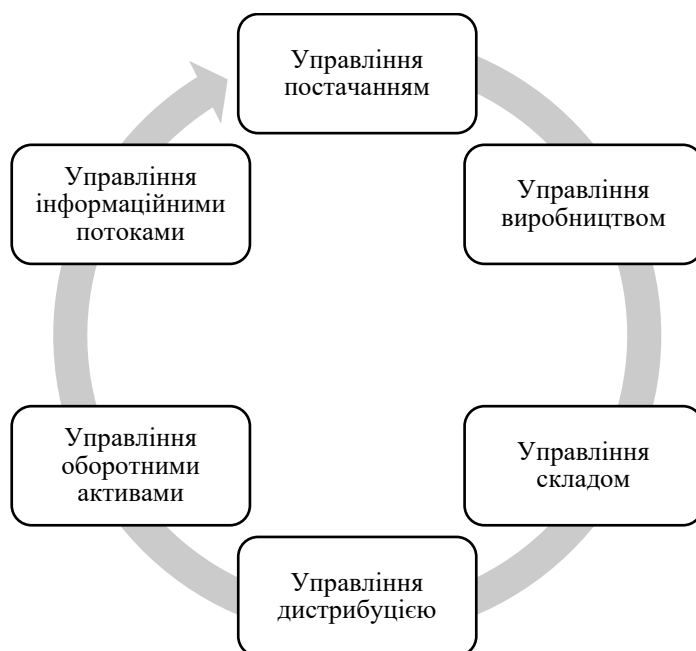


Рис. 2.6. Основні напрямки логістичної діяльності ТОВ «Оріон»(

Джерело: складено автором за матеріалами [39])

1. Управління постачанням: Організація постачання сировини, матеріалів та комплектуючих для виробництва. Це включає в себе вибір постачальників, управління запасами та встановлення стандартів якості.

2. Управління виробництвом: Оптимізація виробничих процесів для забезпечення ефективного виробництва та вчасної поставки готової продукції. Це може включати планування виробництва, управління робочою силою та виробничими ресурсами.

3. Управління складом: Організація зберігання та управління запасами готової продукції. Це включає в себе оптимізацію запасів, виявлення та усунення затримок у постачанні, а також забезпечення безпеки та якості на складі.

4. Управління дистрибуцією: Організація транспортування та доставки готової продукції до клієнтів. Це включає в себе вибір оптимальних маршрутів доставки, управління транспортними засобами та встановлення стандартів обслуговування клієнтів.

5. Управління оборотними активами: Оптимізація використання ресурсів та зменшення затрат на утримання запасів та складських приміщень.

6. Управління інформаційними потоками: Забезпечення ефективного обміну інформацією між всіма відділами та підрозділами підприємства для оптимізації логістичних процесів.

Ці напрямки є ключовими для забезпечення ефективності та успішності логістичної діяльності підприємства ТОВ «Оріон». Вони спрямовані на забезпечення вчасної та якісної поставки продукції до клієнтів, зниження витрат та підвищення загальної конкурентоспроможності компанії.

ТОВ «Оріон» як і будь-якому суб'єктові виробничо-економічної діяльності, властиві традиційні етапи розвитку логістичних відносин:

- а) етап забезпечення виробництва;
- б) етап виробництва продукції;
- с) етап розподілу готової продукції.

Функціональна діяльність ТОВ «Оріон» базується на потокових

процесах, тому всі підсистеми підприємства, що беруть участь у діяльності, на кожному етапі логістичних відносин постійно координують процеси руху матеріальних, інформаційних, фінансових та інших потоків.

В умовах функціонування ТОВ «Оріон» матеріальні потоки являють собою (пов'язану певним чином) сукупність логістичних операцій, процесів, ланок і предметів починаючи з підготовки насіння до розробки, вирощування, переробки матеріальних ресурсів і закінчуючи споживанням (перерозподілом) готової продукції для досягнення загальних цілей логістичної системи.

Особливість виробничих матеріальних потоків ТОВ «Оріон» полягає в тому, що на будь-якому етапі свого руху вони є предметом логістичних відносин усіх учасників процесу вирощування зернових та технічних культур, оскільки сама робота кожної ланки логістичної системи спрямована на досягнення кінцевої мети – відвантаження вироблених запчастин відповідної якості споживачеві в потрібній кількості, у встановлений час і з мінімальними витратами.

Основу поточкових процесів ТОВ «Оріон» становлять – виноград, виноградні поля, виробничі цеха, складський цех. З позиції логістики матеріальними потоками ТОВ «Оріон» вважаються:

- а) основний вантажопотік (виноград);
- б) допоміжний вантажопотік (матеріали, устаткування);
- с) пасажирський вантажопотік.

Вантажопотоки ТОВ «Оріон» супроводжуються інформаційними потоками. Вантажопотоки у свою чергу поділяються на прямі й зворотні.

Прямий вантажопотік ТОВ «Оріон» проходить від очисних і підготовчих виробів до поверхні й включає: заготівельні матеріали (виноград), які підлягають обробленню.

Зворотний вантажопотік ТОВ «Оріон» спрямований на перевезення людей, устаткування, обладнання для обробки винограду та інших матеріалів.

Слід зазначити, що при веденні виробничих робіт із закладанням виробленого простору зворотний і прямий вантажопотоки ТОВ «Оріон»

доповнюються закладними матеріалами.

При цьому, що для своєчасного забезпечення фронту робіт ТОВ «Оріон» керівництво ввело планомірну підготовку нових поставок винограду. Цей процес пов'язаний із проведенням і обробкою нових розробок вирощування, їх впровадженням, а також оснащенням їх відповідними комунікаціями.

Тому на етапі забезпечення процесів підготовки запасів до виготовлення винних виробів матеріальні потоки ТОВ «Оріон» мають вигляд потоку речовин, устаткування та комплектуючих виробів.

На етапах обробки винограду, транспортування їх, складування й доставки на основні цехи виробництва, вантажопотоки функціонують у вигляді напівфабрикату – невиконаних винних виробів.

Винні вироби, що надійшли в виробничий цех, після сортування їх по пакункам, відвантажуються споживачеві у вигляді готової продукції (етап розподілу). Готова продукція, призначена для реалізації, доставляється споживачам переважно залізничним або автомобільним видом транспорту.

Завершується процес обробки запчастин у виробничому цеху відвантаженням запланованої її кількості відповідної якості у потрібне місце (споживачеві) і в заданий час при мінімальних витратах на транспортування.

Таким чином, можна констатувати, що функціональна діяльність дробильно-сортувальної фабрики побудована на принципах логістики, тобто здійснення планування, управління й контролю за виробничою діяльністю при формуванні основних і допоміжних вантажопотоків.

Управління процесами постачання, виробництва і збуту в компанії ТОВ "Оріон" відрізняється складністю, оскільки включає численні елементи ланцюгів поставок, динамічність та різноманіття потоків, багатоасортиментність ресурсів та продукції, а також різноманітні умови та форми взаємодії з контрагентами. Це обумовлює необхідність використання високоефективних логістичних технологій. Систематичне застосування таких технологій дозволяє знизити витрати, пов'язані з матеріально-технічним забезпеченням, організацією виробничих процесів, збутом, транспортуванням

та складським господарством, а також забезпечити стабільну і ритмічну роботу підприємства в рамках логістичної системи.

Логістична діяльність в ТОВ "Оріон" представляє собою інтегроване управління потоками, яке залучає всі функціональні підрозділи та напрями діяльності компанії, включаючи:

- постачання,
- виробництво,
- маркетинг,
- збут,
- фінанси,
- інфраструктуру.

Основним об'єктом логістичної діяльності компанії є комплекс матеріальних, фінансових, інформаційних та сервісних потоків. Важливим аспектом вивчення логістичної діяльності є аналіз її складових частин, що включає наступні функціональні напрямки:

- постачання,
- організацію виробництва,
- збут,
- складування,
- транспортування,
- управління запасами.

На рисунку 2.7 представлені ключові елементи логістичної діяльності ТОВ "Оріон", серед яких можна виділити об'єкти, компоненти, методи, цілі, функції, принципи та критерії оцінки ефективності.

Сутність логістичної діяльності полягає в управлінні (потоками) у функціональних сферах діяльності товариства шляхом використання методів логістики.

Як видно із рис. 2.7 управління підприємством повинно забезпечувати досягнення цілей логістичної діяльності та базуватися на виконанні

управлінських функцій і дотриманні принципів логістики.

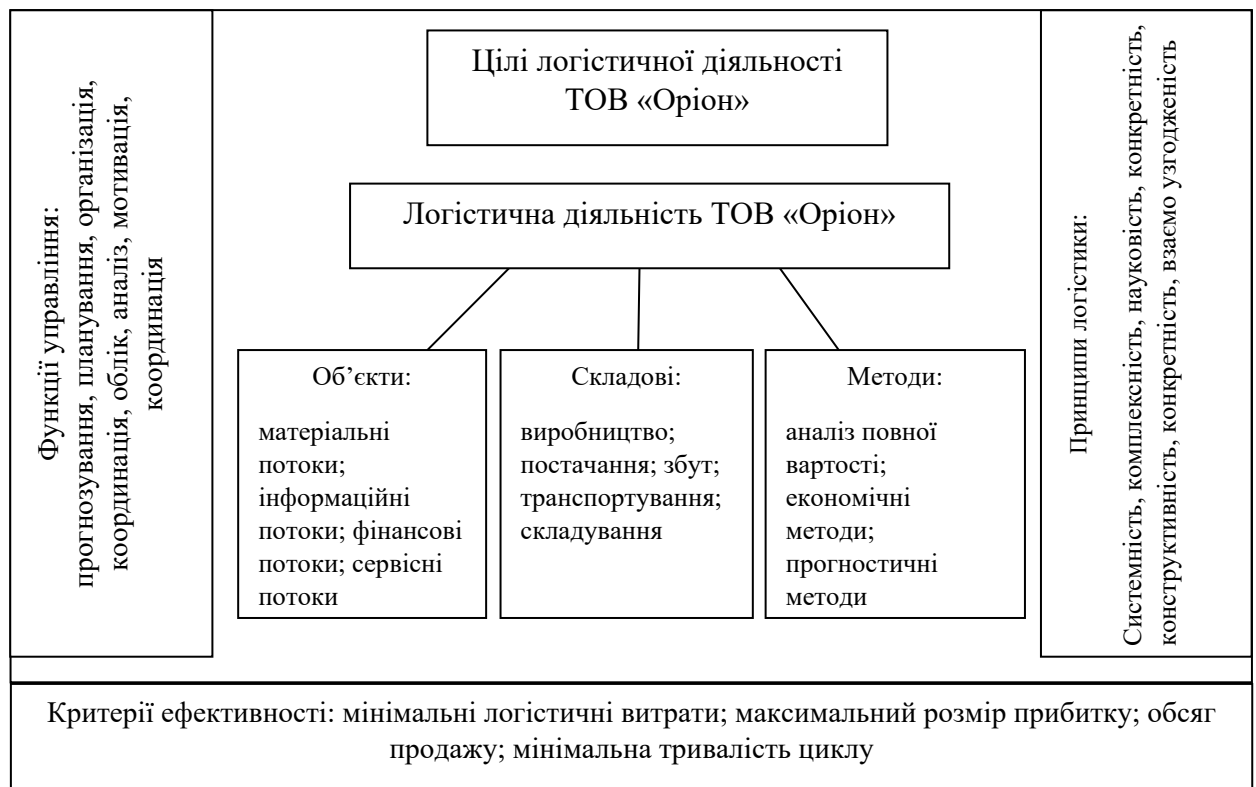


Рис. 2.7. Цілі логістичної діяльності ТОВ «Оріон» (Джерело: авторська розробка)

Управління логістичними процесами в ТОВ "Оріон" здійснюється через активне регулювання внутрішніх потоків з урахуванням зовнішніх кон'юнктурних факторів і впливу глобальних ринкових умов. Для ефективного управління використовуються такі основні функції, як прогнозування, планування, організація, координація, облік, аналіз, моніторинг, контроль та регулювання.

Дослідження, проведене на підприємстві ТОВ "Оріон", включало аналіз відповідей 36 менеджерів, які безпосередньо займаються імплементацією логістичних стратегій в діяльність компанії. Ці менеджери також оцінювали показники ефективності логістичної системи.

В ході дослідження використовувався метод особистого опитування з використанням анкет, що дозволило зібрати значущі дані. Аналізу підлягали

наступні зовнішні та внутрішні фактори, які сприяли застосуванню логістики на підприємстві:

Зовнішні фактори:

- Агресивна політика існуючих конкурентів — 75% респондентів.
- Прихід на ринок нових потужних конкурентів — 28% респондентів.
- Вимоги основних клієнтів до рівня обслуговування — 96% респондентів.
- Терміни постачальників для точності заданих потреб — 44% респондентів.
- Залежність від постачальників — 20% респондентів.

Внутрішні фактори:

- Зміна системи управління — 55% респондентів.
- Впровадження інформаційної системи — 10% респондентів.
- Пошук резервів зниження витрат — 85% респондентів.

Цікаво, що 85% респондентів вказали, що значним чинником застосування логістики на підприємстві є саме пошук шляхів для зниження витрат, однак тільки 10% ведуть облік логістичних витрат.

Щодо встановлених нормативів для оцінки загальних показників роботи логістичної системи і порівняння їх зі стандартами, результати розподілились наступним чином:

- З обслуговування споживачів — 60%.
- З управління запасами — 46%.
- З транспортування — 26%.
- Зі складування — 14%.

Анкетування включало ряд запитань, що стосувалися потенціалів логістичної системи. Всі ці питання були заповнені керівниками, проте значна кількість відповідей на запитання, що стосувалися ефективності використання логістичних активів, включаючи показники оборотності запасів та інші, залишилися незаповненими. Це вказує на потенційну недостатність уваги до

детального аналізу використання ресурсів в організації.

З особливою увагою до спеціалізованих звітів, які складаються в організації для адекватного вимірювання показників діяльності в логістичній сфері, як на рівні всієї організації, так і її ключових функціональних зон, респонденти відзначили наявність таких звітів як звіт з рентабельності маршрутів, звіт за скаргами, звіт з розрахунків з контрагентами, звіт за корпоративними замовниками та інші. Однак приблизно 75% опитаних не вказали жодного з цих спеціалізованих звітів, що може свідчити про недостатнє залучення або використання аналітичних інструментів в логістичній практиці організації.

У ході проведення логістичного аналізу та дослідження логістичного менеджменту на ТОВ «Оріон» було виявлено що:

- 1) Матеріальний потік приймає участь у всіх логістичних процесах;
- 2) Все комп'ютерне обладнання модернізоване, на ТОВ «Оріон» використовується система SAP.

Всі бізнес-процеси, процеси управління, планування, обліку, збуту ТОВ «Оріон» реалізовано в системі SAP. Основними перевагами системи SAP є багатофункціональність, можливість застосування галузевих рішень і впровадження окремими модулями відповідно до темпів розвитку товариства, підвищення ефективності управлінських і виробничих процесів тощо.

Дана система дозволяє керівництву ТОВ «Оріон» можливість порівнювати планові і фактичні витрати, моніторингу витрат у місцях виникнення витрат, проводити детальний аналіз ефективності діяльності компанії.

За допомогою цієї системи SAP забезпечуються наступні процеси ТОВ «Оріон»:

- перевірка основних даних місць виникнення витрат;
- перевірка чинності версії в поточному плановому періоді;
- копіювання фактичних даних за попередній рік як основи для планування;

- перенесення даних запланованої амортизації з бази даних активів;
- завантаження елементів витрат до електронної таблиці Excel для планування доходів і витрат;
- оновлення бюджетних значень доходів і витрат без урахування виробництва;
- вивантаження елементів витрат для доходів і витрат без урахування виробництва;
- планове розмежування витрат, планування статистичних показників, розкладки;
- підтвердження бюджету місця виникнення невиробничих витрат.

Серед визначальних компонентів логістичної системи ТОВ "Оріон" можна виділити наступні ключові функції:

- Забезпечення дотримання стандартів обслуговування споживачів.
- Регулювання процесу замовлень, включаючи їх приймання та обробку.
- Управління процесом закупівель, яке охоплює вибір постачальників, планування необхідності в ресурсах та встановлення термінів і обсягів поставок.
- Транспортування, що передбачає вибір логістичних операторів та видів транспорту.
- Оптимізація управління запасами в системі.
- Управління виробничими процесами, з метою скорочення тривалості виробничих циклів.
- Ціноутворення, засноване на логістичних витратах для формування ціни кінцевої продукції.
- Дистрибуція, яка включає фізичне переміщення та зберігання продукції у структурах постачання.

Підтримуючі функції логістичної системи включають:

- Складування, визначення кількості та розміщення складів, їх обладнання та вибір місць дислокації.

- Вантажопереробка, організація переміщення та розміщення ресурсів і продукції на складі.
- Забезпечення захисту вантажів за допомогою упаковки.
- Збір та переробка вторинних ресурсів та відходів.
- Інформаційно-комп'ютерна підтримка, включаючи облік, аналіз та контроль руху ресурсів.

Функції у сфері постачання ТОВ "Оріон" охоплюють управління рухом сировини, матеріалів та готової продукції від місця їх придбання до виробничих підприємств та розподільчих складів.

У контексті виробничих операцій ТОВ «Оріон», логістика виконує критичну роль у управлінні запасами, забезпечуючи ефективний контроль над просуванням напівфабрикатів та компонентів крізь всі етапи виробничого циклу, а також над розподілом готової продукції до кінцевих точок розподілу. Діяльність логістики охоплює всебічне управління потоками готової продукції, починаючи від виробника – ТОВ «Оріон» – до кінцевого споживача.

Основні завдання логістики в рамках ТОВ «Оріон» можуть бути визначені наступним чином:

- Планування виробництва, засноване на аналізі прогнозованих потреб у готовій продукції.
- Розроблення деталізованого плану та графіка виробничих завдань.
- Створення графіка для запуску виробництва продукції.
- Оперативне управління виробничими процесами та забезпечення виконання виробничих завдань.
- Здійснення контролю за кількістю та якістю виробленої продукції.
- Моніторинг собівартості випущеної продукції.

Ці функції логістики сприяють координації попиту та пропозиції між виробниками та дистриб'юторами, відіграючи ключову роль у забезпеченні гладкого просування товарів від виробництва до споживача.

Характеристика основних операцій логістичного процесу ТОВ «Оріон»

включає:

1. Фізичний розподіл. Координація з маркетинговим планом, прогнозування попиту, сервіс, оперативне календарне планування перевезень готової продукції, контроль запасів готової продукції, переробка замовлень клієнтів, складування готової продукції, вантажно-розвантажувальна і транспортна складська робота з готовою продукцією, доставка готової продукції продукція, облік запасів готової продукції.

2. Підтримка виробництва. Координація з планом фізичного розповсюдження, оперативного календарного планування руху заготівельного матеріалу, внутрішньо-машинного перенесення матеріалів, вантажно-розвантажувальної та транспортно-складської роботи з неповним виробництвом, оперативного забезпечення виробничих одиниць сировини, напівфабрикатів, комплектуючі вироби, складування, облік незавершеного виробництва

3. Постачання. Координація з оперативним і календарним планом виробництва, підбору та проведення переговорів з постачальниками, планування матеріальних потреб, планування графіка поставки, транспортування сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих, складування запасів, завантаження розвантаження та транспортування та складські роботи з постачанням об'єктів.

У загальному огляді, функціонування логістичних процесів у ТОВ «Оріон» забезпечується через синергію декількох спеціалізованих підрозділів. Серед них: логістичний відділ, відділ закупівель, відділ збуту, складська служба та транспортний відділ.

Відділ закупівель відіграє ключову роль у пошуку бізнес-партнерів та формуванні ефективних господарських взаємин з постачальниками, що охоплює такі аспекти:

- Аналіз ринкової кон'юнктури та вибір оптимальних умов закупівель;
- Розробка стратегій закупівель, визначення умов, порядку оплати та валюти розрахунків;

- Юридичний аналіз та вирішення можливих спорів у рамках закупівельної діяльності;

- Оцінка економічної ефективності закупівельних операцій.

Транспортний відділ відповідає за:

- Визначення потреби в транспортних засобах і вибір оптимальних параметрів транспортування;

- Розробка маршрутів руху та оптимізація логістичних схем;

- Укладення договорів на надання транспортних послуг, включаючи вимоги до тарифів та вантажно-розвантажувальних робіт;

- Забезпечення експедиторських послуг та управління транспортними потоками.

Відділ збуту зосереджений на:

- Пошуку клієнтів та розвитку комунікацій з ними;

- Оцінці ринкового попиту та розробці умов поставки;

- Проектуванні оптимальних схем розрахунків, контролі оплати від споживачів;

- Юридичному супроводженні постачальницької діяльності та оцінці економічної ефективності поставок.

Складська служба виконує:

- Вантажно-розвантажувальні операції;

- Приймання, зберігання та розміщення товарних запасів;

- Розробку технологічних процедур внутрішньоскладського переміщення.

Отже, логістична система ТОВ «Оріон» представляє собою комплексно організований механізм координації діяльності з управління потоками ресурсів, що включає в себе інформаційну підтримку та інфраструктурні елементи. Незважаючи на свою комплексність, в системі існують деякі недоліки, що потребують уваги.

Система товароруку підприємства ТОВ «Оріон» відзначається своєю складністю та гнучкістю. Вона використовує два типи логістичних каналів - однорівневий і дворівневий (рис. 2.8 та 2.9), які діють протягом тривалого періоду, більше трьох років. Крім того, на підприємстві використовуються як постійні, так і періодичні канали товароруку.

Ця система охоплює як регіональний, так і міжнародний рівні товарообігу, що свідчить про глобальний підхід підприємства до логістики. Важливими елементами цієї системи є супроводжувальний потік інформації, матеріальний потік товарів та зворотній інформаційний та фінансовий потік.



Рис. 2.8. Однорівневий логістичний канал ТОВ «Оріон» (Джерело: авторська розробка)

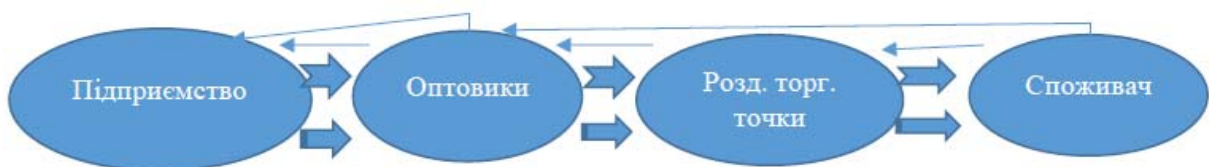


Рис. 2.9. Дворівневий логістичний канал ТОВ «Оріон» (Джерело: авторська розробка)

Загалом, такий підхід дозволяє підприємству ТОВ «Оріон» ефективно адаптуватися до різноманітних вимог ринку та забезпечує оптимальний рівень обслуговування клієнтів.

Отже, на підприємстві ТОВ «Оріон» логістичний відділ відіграє ключову роль у забезпеченні ефективності та оптимізації логістичних

процесів. Його завдання включає управління всіма аспектами постачання, виробництва та розподілу продукції, починаючи від планування виробництва і закінчуючи контролем запасів та виконанням замовлень.

Одна з ключових цілей логістичної діяльності - це забезпечення своєчасності, якості та асортименту товару для клієнтів. Це вимагає точного контролю за запасами та розподілом ресурсів на складах, а також розробки ефективної стратегії розподілу виробництва.

Крім того, логістичні цілі підприємства включають у себе оптимізацію обсягів замовлень, забезпечення швидкого та якісного оброблення замовлень, а також розробку політики розподілу продукції для забезпечення максимальної задоволеності клієнтів.

Зосереджуючись на організації та управлінні логістичними процесами, підприємство має можливість досягти ефективного управління логістичними операціями, що сприятиме підвищенню вартості продукції та задоволенню потреб клієнтів.

2.3 Діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції ТОВ «Оріон»

Діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції, на погляд сучасних науковців, передбачає оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства на ринку з точки зору логістичних аспектів. Основними кроками для проведення діагностики на, ТОВ «Оріон» можуть бути (рис. 2.10):

1. Аналіз логістичної інфраструктури: Оцініть поточний стан і ефективність існуючої логістичної інфраструктури компанії ТОВ «Оріон». Це включає в себе склади, транспортні засоби, системи управління запасами та інші логістичні ресурси.

2. Вивчення логістичних процесів: Проаналізуйте логістичні процеси, які використовуються у компанії ТОВ «Оріон». Це може включати процеси постачання, виробництва, дистрибуції та обслуговування клієнтів.

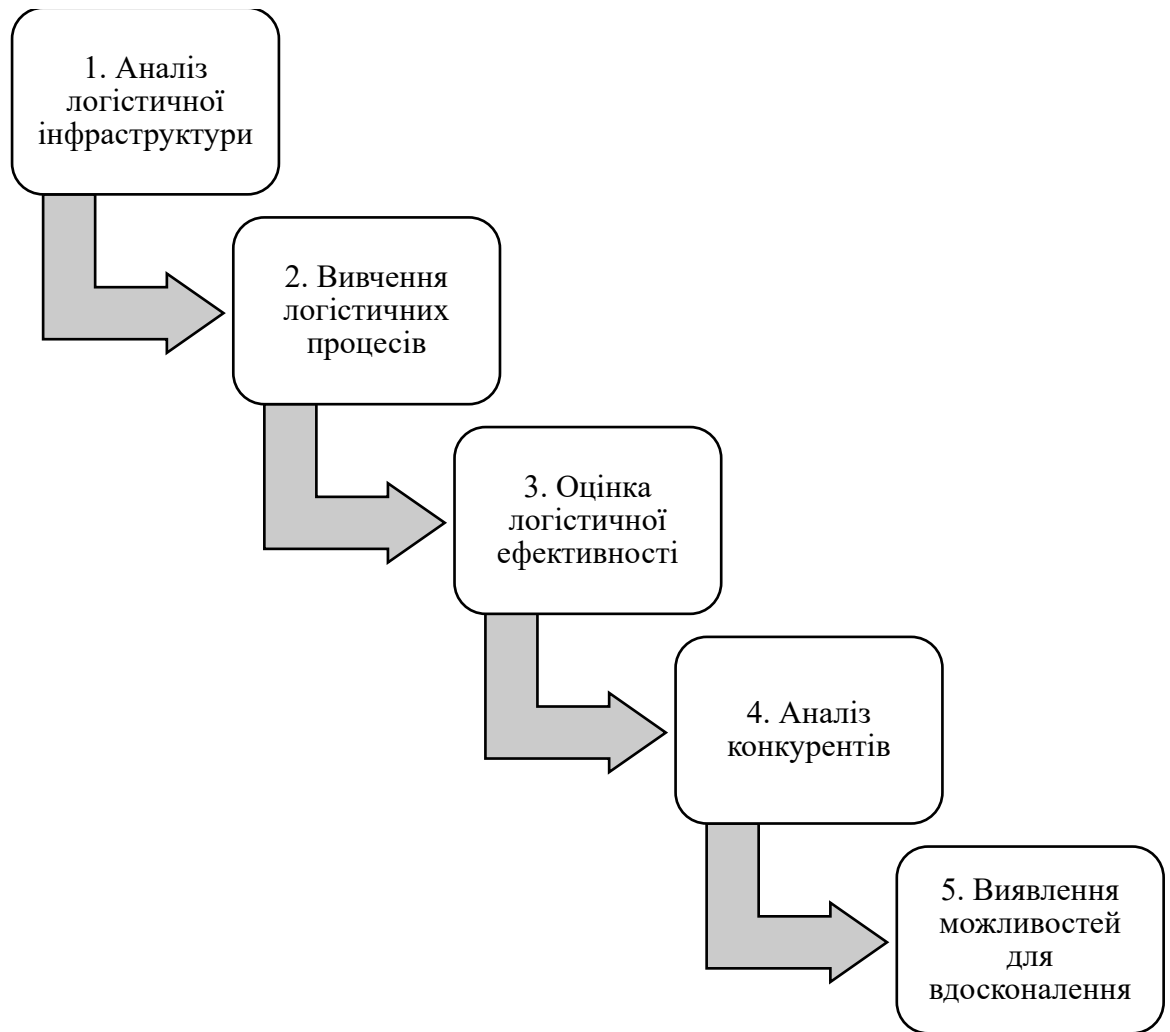


Рис. 2.10. Основні кроки діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції (погляд сучасних науковців) (Джерело: авторська розробка)

3. Оцінка логістичної ефективності: Вимірювання ключових показників ефективності логістики, такі як швидкість доставки, точність запасів, вартість логістичних операцій тощо, та порівняння їх з конкурентами.

4. Аналіз конкурентів: Вивчення логістичних стратегій та процесів конкурентів компанії ТОВ «Оріон». Визначення їхніх сильних та слабких сторін в цьому аспекті.

5. Виявлення можливостей для вдосконалення: На основі аналізу знаходження можливості для покращення логістичної діяльності компанії ТОВ «Оріон». Це може включати в себе впровадження нових технологій, оптимізацію процесів або підвищення якості обслуговування.

Після виконання цих кроків можливо буде отримати глибоке розуміння поточної конкурентної логістичної позиції компанії ТОВ «Оріон» і визначити стратегії для підвищення її конкурентоспроможності на ринку.

На наш погляд, для визначення маркетингової конкурентної логістичної позиції на ТОВ «Оріон», основними кроками є:

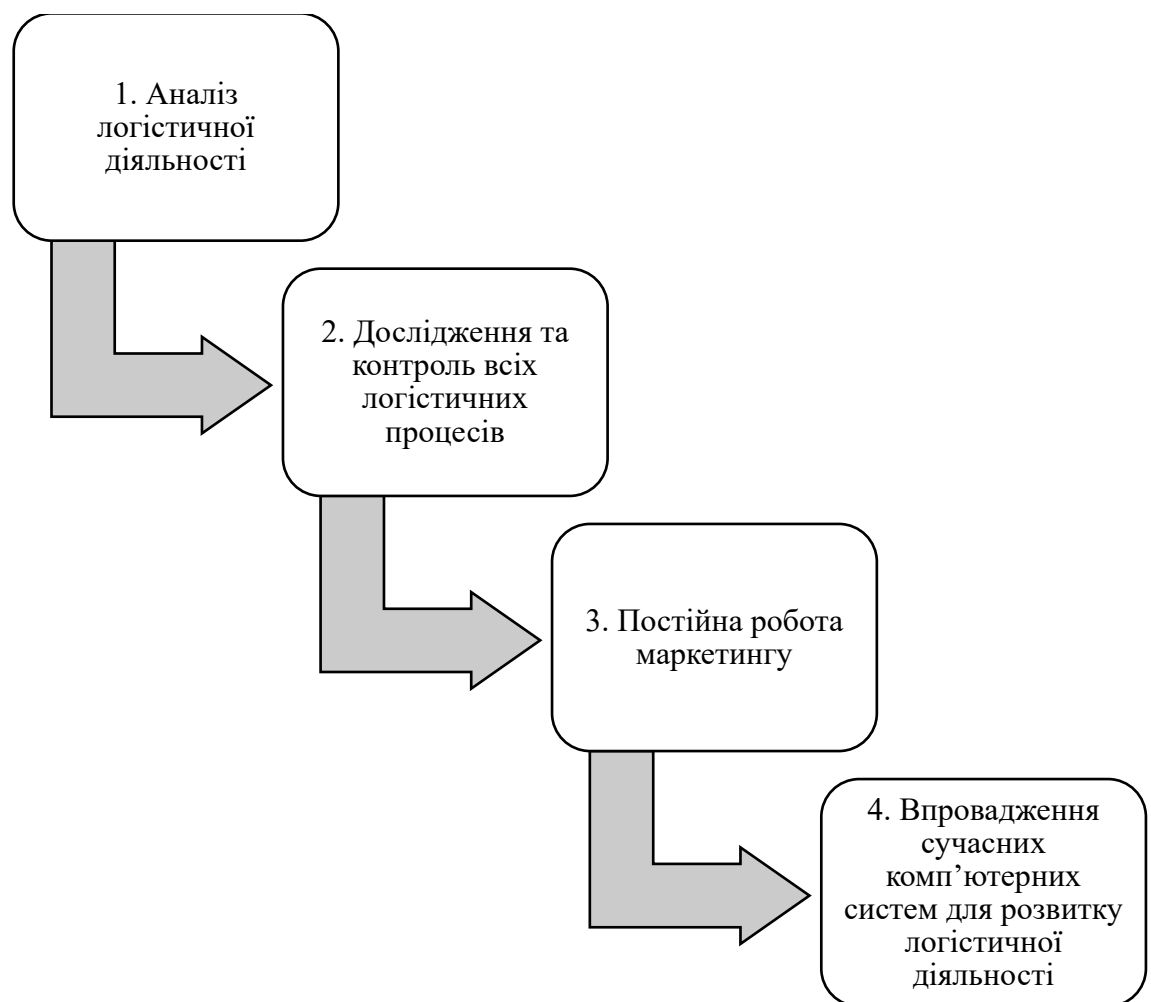


Рис. 2.11. Основні кроки діагностика маркетингової конкурентної логістичної позиції для ТОВ «Оріон» (Джерело: авторська розробка)

1. Аналіз логістичної діяльності
2. Дослідження та контроль всіх логістичних процесів
3. Постійна робота маркетингу
4. Впровадження сучасних комп'ютерних систем для розвитку логістичної діяльності.

Перший та другий етапи ми розглянули в попередньому пункті даного розділу. Тому зараз проведемо детальний аналіз наступних двох пунктів (дослідження роботи маркетингу та впровадження сучасних комп'ютерних систем для розвитку логістичної діяльності).

1) Заходи щодо поліпшення маркетингової діяльності підприємства ТОВ «Оріон»

Що стосується практики ринку виробництва торгівлі, то слід зазначити, що конкуренція зростає, обсяг продажів за деякими категоріям товарів швидко досягає насичення, при цьому продовжує збільшуватися кількість магазинів. Ринок переповнюється, і багато товарів залежуються на полицях магазинів.

Одним із способів вирішення цієї проблеми може стати система стимулювання продажів, яка спрямована на активізацію поведінки покупців.

Основними цілями заходів щодо стимулювання продажів є:

- збільшення обсягу продажів;
- оптимізація запасів;
- оптимізація потоків покупців;
- залучення додаткових покупців;
- підвищення лояльності покупців.

Торговий маркетинг підрозділяється на мерчандайзинг і salespromotion (стимулювання продажів) - підтримку або стимулювання продажів.

Стимулювання продажів - це дії, матеріали, прийоми і методи, які використовуються на додаток до маркетингових зусиль для координації рекламної і збутової діяльності. Об'єктами salespromotion є:

- кінцевий споживач;
- роздрібний торговець і дистриб'ютор;

– персонал виробника.

Таким чином, в залежності від об'єкта можуть застосовуватися різні типи маркетингових заходів щодо стимулювання продажів.

Мерчандайзинг не менш важливий, ніж зовнішня реклама магазину або інструменти стимулювання продажів. Мерчандайзинг дає підприємству шанс правильно представити товар і зробити так, щоб улюблений покупець купував більше і залишався задоволеним своєю покупкою і магазином.

SWOT-аналіз для ТОВ Оріон наведено на табл.2.12. На основі SWOT-аналізу для ТОВ "Оріон" можна виділити кілька ключових перспектив розвитку.

З урахуванням сильних сторін, таких як сильний бренд, ефективне управління і широкий асортимент, компанія може розглядати можливості розширення на нові ринки та розширення асортименту продукції.

Якщо ТОВ "Оріон" зосередиться на інноваціях та технологічному розвитку, це може сприяти створенню конкурентних переваг і розширенню ринкової присутності.

Таблиця 2.3

Сильні сторони (Strengths):	Слабкі сторони (Weaknesses):
Сильний бренд та репутація на ринку. Ефективне управління і командна ефективність. Широкий асортимент продуктів або послуг. Технологічна перевага або інноваційність. Сприятливе місцезнаходження або доступ до ключових ресурсів.	Обмежені фінансові ресурси або високий борг. Низька ефективність операцій або виробництва. Обмежені ринкові долі або концентрація на обмеженому ринку. Недостатність рекламної стратегії. Залежність від обмеженого числа постачальників чи партнерів.

Продовження табл. 2.3

Можливості (Opportunities):	Загрози (Threats):
Розширення ринків або входження на нові ринки.	Зростання конкуренції в галузі.
Запуск нових продуктів або розширення асортименту.	Зміни в законодавстві чи регулюванні.
Збільшення ефективності маркетингу та реклами.	Економічні кризи та нестабільність ринків.
Застосування нових технологій чи інновацій.	Зміни у смаках чи уподобаннях споживачів.
Партнерства та стратегічні альянси.	Поява нових технологій чи конкурентів.

Рисунок 2.13 Матриця SWOT-аналізу (Джерело: авторська розробка)

З урахуванням можливостей для покращення маркетингу та рекламних стратегій, компанія може збільшити свою видимість на ринку і залучити нових клієнтів. В умовах зростання конкуренції і швидких змін на ринку, укладення стратегічних партнерств може допомогти в уникненні загроз та створенні додаткових можливостей для розвитку. Для подолання слабких сторін, таких як обмежені фінансові ресурси або низька ефективність операцій, важливо впроваджувати ефективні стратегії оптимізації виробництва та операцій.

Зовнішнє середовище так само впливає на діяльність підприємства. Для оцінки зовнішніх факторів ми створили STEP-аналіз. Аналіз дасть нам зрозуміти, які фактори впливають на підприємство ТОВ «ОРІОН» та допоможе створити стратегії успішного розвитку підприємства.

STEP-аналіз продемонстровано у таблиці 2.4

Таблиця 2.4

S — social	T — technological
Демографічні зміни	Інновації та технологічні розробки
Рівень освіти та професійної підготовки	Інтернет та цифрові технології
	Доступ до новітніх технологій

Продовження табл.2.4

Е — economic	Р — political
Економічна ситуація в країні та регіоні	Політична стабільність
Рівень інфляції	Законодавство та регулювання
Податкова політика	Міжнародні відносини

(Джерело: авторська розробка)

таблиці 2. , ми можемо зробити висновок:

1. Одеська область має багатонаціональне населення з різними можливостями та потребами. Знання цих тонкощів допоможе зробити вдалу маркетингову стратегію. Також одеська область має гарний рівень освіти, що допоможе уникнути проблем із нестачею кадрів.

2. На сьогоднішній день логістика та маркетинг не можуть існувати без нових технологій, їх впровадження допоможе залучити нових клієнтів та утримати існуючих, а також підвищить конкурентоспроможність.

3. Рівень інфляції сильно впливає на виробництво, оскільки підвищуються ціни на сировину, матеріали, податки.

4. Через війну в Україні підвищилася інфляція, стало досить важко вивозити продукцію на експорт.

Основні конкуренти для ТОВ “Оріон” це Ізмаїльський МТП і більш крупні виробники, такі як ТІС-Міндобрива, Чорноморський МТП, Трансбалктермінал (ТБТ) та інші. Розглянемо детальніше характеристику цих виноробень в таблиці.2.5

Таблиця 2.5

Характеристика конкурентів

	Оріон	Ізмаїльський МТП
Кількість тон	200	3000

Продовження табл 2.5

Види товарів, що виробляються	Зерно, овочі	Зернові культури
Частка ринку	1,5%	близько 7%

(Джерело: авторська розробка)

Характеризуючи ТОВ “Оріон” варто сказати, що підприємство займає невелику частку на ринку і його відносять до невеликих сільськогосподарських угідь, саме тому, основним посилом до змін є розширення обороту виробництва.

Основні конкуренти – Ізмаїльський МТП та Трансбалктермінал (ТБТ). Розрахунок конкурентоспроможності наведено в Додатку Б.

Із проведених досліджень можна зробити висновок, що компанія входить до невеликих компаній, саме тому основні перспективи йдуть до розширення. В контексті багатокутника конкурентоспроможності продукцію виробництва сільськогосподарських угідь, а саме зерно та овочі в табл.2.6.

Таблиця 2.6

Багатокутник конкурентоспроможності

Критерій	Характеристика
Виробничість	Виробництво зерна та продукції відбувається із урахуванням усіх технологій.
Ціноутворення	Ціни на українське зерно на конкурентоспроможному рівні
Маркетинг та бренд	На систему маркетингу вин виділяється 10% від бюджету виробництва.
Стійкість та екологічна відповідальність	Інститут використовує інноваційні технології для збереження якості землі та продукції.

Продовження табл. 2.6

Географічне та генетичне різноманіття	Продукція виробляється вирощених в Одеській області.
Споживчі властивості та ринкова адаптація	Популярне вино на ринку, яке має попит.

(Джерело: авторська розробка)

Виходячи з цього можемо зробити висновок, що зерно та овочі конкурентоспроможні на ринку в Одеській області та закордоном.

ТОВ «Оріон» для підтримки конкуренції та залучення покупців використовує такі заходи зі стимулювання продажів.

Для кінцевого споживача:

- зниження цін на вкрай непопулярний товар;
- заохочення покупок: заохотити покупця подарунками за певний обсяг покупки;
- знижки: надаються з метою збільшення середнього чека, а також залучення нових споживачів;
- використання програми лояльності з метою утримати споживачів і стимулювати до повернення в магазин.

Для роздрібного торговця і дистриб'ютора:

- конкурентні ціни;
- тестова продукція;
- рекламні каталоги та банери;
- бонуси.

Для персоналу виробника:

- навчання: періодичність навчання співробітників для більш ефективної їх роботи;
- мотивація просуванням по кар'єрних сходах;

- забезпечення форменим одягом;
- бонуси: є матеріальна винагорода за певні досягнення;
- конкурси: різноманітні форми змагань між співробітниками компанії, вони полягають в прагненні стати кращому, наприклад, лідером продажів за місяць.

Для того щоб ТОВ «Оріон» процвітав і продовжував займати лідируючі позиції на ринку необхідно проводити деякі заходи щодо вдосконалення.

Зокрема, необхідно проаналізувати вже здійснювані маркетингові заходи на ефективність їх впливу на збільшення збуту продукції. Стимулювання покупців сприймається ними як безкоштовний подарунок і в більшості випадків споживачі не надають значення тому, від кого воно виходить. Як показує статистика, найбільш популярними методами стимулювання серед покупців є зниження ціни, додаткова кількість товару, що надається безкоштовно, знижка на наступну покупку або спеціальні акції. Популярність даних видів стимулювання пояснюється отриманням негайної вигоди або економії покупцем.

Стимулювання за рахунок зниження ціни особливо популярно серед покупців. Серед двох аналогічних товарів покупець вибере товар найменшої вартості. Однак метод цінового стимулювання має свої плюси і мінуси.

Деякі виробники вважають більш вигідним проведення регулярного зниження цін на товар, ніж залучення покупців за рахунок підвищення якості продукції. При цьому може скластися ситуація, коли покупець кидається купувати товари різних торгових марок відповідно до запропонованих зниженими цінами. В цьому випадку у споживача не формується переваги і лояльності до певної торгової марку. Таким чином, стимулювання збуту шляхом зниження ціни повинно носити короткочасний характер, що сприятиме підвищенню ефективності даного заходу.

Для стимулювання збуту ТОВ «Оріон» варто розглянути можливість використання наступних маркетингових заходів:

- використання прихованої реклами продукції компанії;

- залучень відомих медійних людей для участі в рекламних заходах;
- безкоштовна доставка товару при замовленні через інтернет-магазин.

Розглянемо детальніше кожне із запропонованих заходів.

Прихована реклама. Застосування даного методу дозволяє використовувати широкі можливості ненав'язливого впливу на потенційних споживачів з метою формування лояльності до торгової марки. Особливістю даного підходу є те, що прихована реклама сприймається споживачами як обмін інформацією з потрібних питань, внаслідок чого не відбувається відторгнення даної інформації споживачем і застосування даного методу дозволяє досягти ефективного результату.

Залучення відомих медійних людей для участі в рекламних заходах. Залучення медійних особистостей для участі в рекламних - прийом, який знаходить відгук у цільовій категорії і сприяє просуванню продукції і збільшення продажів. Поява знаменитості в кадрі сприяє підвищенню інтересу у споживача до рекламованого продукту. Головною умовою є продуманість у виборі знаменитості на головну роль, з урахуванням популярності, екранного образу і цільової аудиторії.

Безкоштовна доставка товару при замовленні через інтернет-магазин. У століття сучасних технологій здійснення покупок через інтернет стає все більш популярним. У ТОВ «Оріон» також є офіційний сайт і інтернет-магазин, в якому можна оформити замовлення на вподобаний товар. При цьому потенційний покупець не бажає переплачувати за доставку товару, що позначається на обсягах продажів. Скасування платній доставки до найближчої до споживача торгової точки сприятиме підвищенню лояльності до торгової марки з боку споживачів.

Для просування нового продукту на ринку також раціонально буде застосування традиційних способів просування, таких як реклама на телебаченні, а також набирає популярність реклама в соціальних мережах. Дані заходи дозволять охопити велику кількість споживачів і отримати додатковий прибуток.

2) Етапи та пропозиції удосконалення логістичної системи.

У сучасному світі інформаційні технології, завдяки застосуванню комп'ютерної техніки, надають можливість ефективно контролювати значні інформаційні потоки. Цей процес втілює інтеграцію технологічних та інженерних дисциплін, які є вирішальними для функціонування сучасного суспільства, забезпечуючи швидку обробку, збереження та передачу даних на значні відстані.

В контексті логістики, що динамічно розвивається у сфері інформаційних технологій, наявність персонального комп'ютера з встановленими офісними програмами дозволяє логістичним компаніям підвищувати ефективність виконання стандартних операцій, пов'язаних з документообігом.

Хоча наразі комерційні додатки, спеціалізовані для логістичного бізнесу, не існують, важливо відмітити, що багато логістичних компаній розробляють власні програмні рішення на базі відомих продуктів для управління базами даних. Таке використання дозволяє ефективно збирати, обробляти та аналізувати дані про продажі, партнерів і постачальників, створювати інформаційні потоки, слідкувати за транзакціями, проводити маркетингові дослідження зовнішнього та внутрішнього ринків, і багато іншого.

Застосування сучасних персональних комп'ютерів і програмного забезпечення сприяє логістичним компаніям у вирішенні широкого спектру задач, включно з розробкою документації, забезпеченням належного документообігу, підготовкою договорів і угод, обліком господарської діяльності, аналізом результатів діяльності, проведенням маркетингових досліджень, а також управлінням баз даних для клієнтів, продажів, персоналу та інших напрямків.

Досягнення цілей удосконалення логістичної системи має підтримуватися конкретними завданнями, які чітко сформульовані та зрозумілі виконавцям, визначено терміни їх реалізації та окреслено шляхи їх реалізації та передбачуваний результат. Дотримуючись принципу

системності, такі завдання повинні бути взаємопов'язаними і спрямовані на досягнення єдиної головної мети управління логістикою.

Пропонуємо основні показники удосконалення логістичної системи для ТОВ «Оріон», що зосереджені на рис. 2.12.

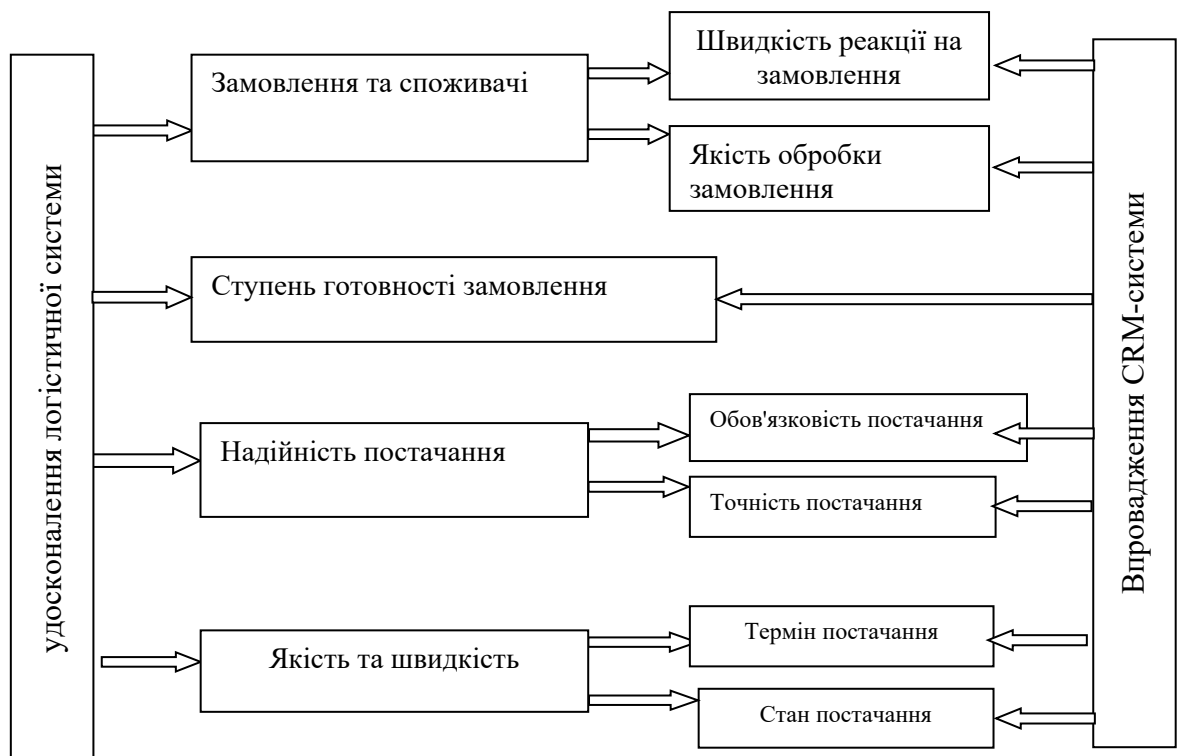


Рис. 2.12. Удосконалення логістичної системи (Джерело: авторська розробка)

Особливості та характеристики послуг, які надає ТОВ "Оріон", відіграють ключову роль у процесі логістики. Інтеграція персональних комп'ютерів в операційні системи логістичних компаній значно підвищує ефективність, особливо коли комп'ютери з'єднані в єдину локальну мережу. Це об'єднання дозволяє створити мережу взаємопов'язаних робочих станцій, що сприяє розподілу корпоративної бази даних серед різних користувачів. Однією з

важливих інновацій у сучасній логістичній індустрії є впровадження можливості дистанційного замовлення послуг перевезення в будь-яку точку світу. Крім того, важливим аспектом є інтеграція систем CRM, які демонструють динамічне зростання на українському ринку протягом останніх років.

На сучасному ринку представлено множину рішень CRM, які дозволяють досягти максимальної ефективності у відносинах з клієнтами, залежно від специфіки галузі та визначених цілей. Це відповідає одному з основних принципів бізнесу — орієнтації на клієнта. CRM-системи забезпечують інструменти для взаємодії між менеджерами та клієнтами, сприяють збільшенню продажів, визначенню ключових споживачів, моніторингу та аналізу продуктивності співробітників, автоматизації бізнес-процесів, зростанню продуктивності праці відділів та розвитку потенціалу компанії, створенню єдиної комунікаційної площини між співробітниками, а також швидкому реагуванню на зміни потреб споживачів та ринку.

На основі проведеного аналізу в ТОВ "Оріон" було впроваджено систему SAP для потреб співробітників, яка використовується для бухгалтерського обліку та аналізу. Однак, з огляду на потреби клієнтів компанії, ми рекомендуємо впровадження програмного продукту CRM-системи ASoft CRM Logistic [4]. Система ASoft CRM Logistic представляє собою галузеве рішення стандартної CRM-системи компанії ASoft, яке спеціалізується на логістичних та транспортних компаніях. Ця система дозволяє ефективно управляти автоматизованою транспортною логістикою на підприємстві, планувати та відстежувати відвантаження та доставки вантажів, а також створювати необхідні супутні документи за шаблонами.

В системі ASoft CRM Logistic імплементовано можливість створення аналітичних звітів за різними параметрами. Наявність цих звітів дозволяє забезпечити оперативний доступ до актуальної інформації у сфері логістики, планування доставок та аналізу витрат, пов'язаних з відправкою вантажів.

Система ASoft CRM Logistic вирізняється рядом переваг, які роблять її привабливою на фоні конкуруючих продуктів інших виробників:

- Ефективний і своєчасний доступ до інформації про доставки;
- Реалізація стандартних схем доставки товарів;
- Інтеграція з наявною системою управління взаємовідносинами з клієнтами ASoft CRM;
- Гнучкість та можливість розширення, зумовлені використанням передових технологій розробки програмного забезпечення, які також застосовуються провідними розробниками в нашій країні та за кордоном;
- Висока оперативність завдяки можливості доступу до системи з будь-якого ПК, підключеного до мережі або Інтернету;
- Низька вартість експлуатації, оскільки система не потребує спеціалізованого програмного забезпечення для роботи, крім стандартного web-браузера;
- Відсутність прихованих витрат, які часто пов'язані з використанням платних операційних систем і баз даних.

Для обґрунтованого порівняння систем управління відносинами з клієнтами важливо мати змогу аналізувати різні типи існуючих CRM-систем. Після аналізу ми прийняли рішення про впровадження системи NetHunt CRM у ТОВ «Оріон» [3]. Підготовка до впровадження включала такі етапи:

- Встановлення CRM-системи на мобільні телефони та комп'ютери співробітників, включаючи стаціонарні комп'ютери та ноутбуки;
- Перевірка коректності функціонування системи;
- Внесення необхідних даних до CRM;
- Забезпечення лояльності співробітників до нової системи;
- Ознайомлення персоналу з продуктом та проведення інструктажу;
- Експлуатація технічних засобів.

Процес встановлення системи, який включає конфігурацію баз даних і клієнтських програм для взаємодії з ними, розподіл прав доступу серед

співробітників та налаштування доступу до серверів, є порівняно простим завданням, оскільки воно включає стандартні процедури, які вже знайомі більшості користувачів.

Впровадження NetHunt CRM надає ТОВ «Оріон» наступні переваги:

1. ТОВ «Оріон» отримує можливість систематизувати базу знань про власних клієнтів. Кожен клієнт створюється в системі CRM, де описуються його контактні дані, банківські реквізити, канали зв'язку, юридичні адреси, ПІН та інша інформація.

2. Контроль якості та швидкості виконання завдань співробітниками стає набагато ефективнішим. У будь-який момент можна побачити, що робить кожен співробітник, а система звітності дозволяє співробітнику в короткий термін доповісти керівнику про виконану роботу та можливі проблеми;

3. Керівництво ТОВ «Оріон» чітко бачить статистику роботи з вхідними лідами. Це програмне забезпечення допоможе вам побачити всю воронку продажів і конверсію.

Впровадження «NetHunt CRM» в ТОВ «Оріон» дозволило виділити кожен договір в окрему групу, яка визначає завдання, прив'язані до конкретного клієнта та виконавця. Ці завдання мають свої терміни. Очікуваний час розраховується менеджером, виходячи з досвіду виконання попередніх завдань, а також прийнятих на ринку стандартів.

Перед впровадженням CRM-системи в ТОВ «Оріон» були визначені цілі та завдання, які вона повинна вирішувати, а також показники ефективності. Оцінити результати успішності проекту можна шляхом порівняння та оцінки ключових показників до та після впровадження CRM системи.

Для оцінки ефективності створено таблицю 2.4, яка містить характеристичну криву за показниками.

Таблиця 2.4

Оцінка ефективності впровадження CRM-системи

Проблема	Рішення CRM	Результат
Низька автоматизація бізнес-процесів, перекид в сторону операційної діяльності	Документація вирішень типових проблем	Скорочення часу на виконання проектної та операційної діяльності підрозділів за рахунок слідування вже готовим інструкціям, а не знаходження рішення заново
складність оцінки ефективності роботи підрозділів і співробітника окремо	фіксація всіх дій співробітників	Система дозволяє проводити оцінку фактичної трудомісткості роботи співробітників і дозволяє в подальшому при спілкуванні з керівництвом підтверджувати ефективність роботи підрозділу з допомогою кількісних показників
Недолік даних для оцінки ризиків	Накопичення в базі проблемних ситуацій	Збір і збереження даних для аналізу, за рахунок складання реєстру ризиків (проблемних ситуацій), які можуть привести до виходу з ладу ІС підприємства і інших нештатних ситуацій
Недостатній універсалізм співробітників	Надання доступу до єдиної бази списку звернень	При зверненні до CRM-системи співробітники привчаються знаходити рішення не тільки по своїй темі, але і по темі колег
високий поріг входження для нових співробітників	запис рішень типових проблем	З першого дня роботи в компанії новий співробітник може бути притягнутий до вирішення типових проблем без спотворень інформації, які неминучі при особистому спілкуванні
слабка активність в науковій діяльності компанії	фіксація всіх звернень клієнтів, створення оперативної звітності	Спрощення ініціації розробки нових проектів за рахунок того, що система фіксує всі звернення клієнтів і дозволяє створювати оперативну звітність, що значно полегшує доказ необхідності починати ті або інші інноваційні розробки, спрямовані на підвищення ефективності організації

Джерело: авторська розробка

Система NetHunt CRM відповідає всім вимогам і вирішує всі поставлені перед нею цілі та завдання.

Отже, на нашу думку, впровадження CRM-системи тягне за собою стрімке збільшення ефективності логістичної системи та роботи внутрішніх бізнес-процесів в компанії ТОВ «Оріон».

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ ЛОГІСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності підприємства

Кожне підприємство бажає підвищити свою прибутковість і продуктивність, це можна зробити шляхом підвищення ефективності логістичної діяльності на підприємстві. Це питання завжди було актуальним, для цього потрібен певний алгоритм дій.

Щоб зайняти конкурентне місце на ринку та підвищити ефективність підприємства, необхідно розвивати логістичну інфраструктуру. Якщо розглядати зовнішньоекономічну діяльність, то транспортний фактор відіграє важливу роль у таких випадках: якщо він є кількісно визначеним елементом; при доведенні доцільності зовнішньоекономічної операції. Транспорт і зовнішньоекономічна діяльність досить сильно пов'язані, оскільки впливають одна на одну. У результаті збільшення продуктивних транспортних технологій призводить до зниження питомих транспортних витрат, що в свою чергу призводить до збільшення зовнішньоекономічних зв'язків, збільшення ринку збуту продукції [32].

Шляхи вдосконалення логістичної системи:

1. Використання новітніх інформаційних технологій для управління логістичними операціями;
2. Зниження логістичних витрат за рахунок оптимізації транспортних і складських витрат;
3. Підвищення зв'язку елементів конструкції.

Стандартизація вантажів підвищує ефективність логістичного процесу на підприємстві: полегшує обробку та переміщення вантажів, скорочує час виконання вантажних операцій, полегшує контроль вантажів, підвищує щільність зберігання, збільшує обробку замовлень [10].

Серед факторів, що впливають на ефективність логістичної діяльності, виділяють такі [18]:

- Якість обслуговування. Виконання замовлень клієнтів з урахуванням попередніх помилок допоможе покращити сервіс та підвищити якість обслуговування;
- Час (визначаючи тривалість логістичного ланцюга). Для оцінки ефективності за часом за час операції використовується кількість робочого часу;
- Логістичні витрати. Під час оцінки порівнюється рівень логістичних витрат за фактом і за бюджетом.

Для досягнення ефективності логістики функціональні підрозділи повинні бути тісно пов'язані один з одним. Підприємства мають індивідуальні особливості та проблеми, їм потрібен детермінований підхід до тих варіантів, які є в управлінні матеріальними потоками, на це впливають: продукт, який вони виробляють; низька продуктивність; кількість споживачів тощо.

Ефективність логістичної діяльності підвищується за рахунок [32]:

- Удосконалення управління матеріальними потоками;
- Удосконалення системи управління складськими запасами;
- Поліпшення транспортних потоків;
- Прогнозування та своєчасне реагування на діяльність компанії;
- Поліпшення обслуговування клієнтів.

Велику роль у діяльності підприємства чи організації відіграють підсистеми, що забезпечують діяльність самого підприємства, збільшення та вдосконалення яких підвищує ефективність логістичної діяльності.

Підвищення ефективності логістичної діяльності підприємства можливо за рахунок її забезпечуючих підсистем (рис. 3.1), а саме [27]:



Рис. 3.1. Взаємозв'язок підсистем матеріально-технічного забезпечення з іншими підсистемами (Джерело: складено автором за матеріалами [33]).

- Організаційне забезпечення: здійснення організаційних заходів щодо оптимізації управління фінансовими, матеріальними та інформаційними потоками;
- Фінансово-економічне забезпечення: заходи, що оптимізують фінансові потоки на підприємстві;
- Наукове забезпечення: проведення досліджень, обґрунтувань, розробок в логістиці;
- Підтримка персоналу: заохочення, навчання, навчання персоналу, тощо.;
- Юридичний супровід: розробка стандартів і нормативних актів та ін.;

- Інформаційне забезпечення: оптимізує інформаційні потоки на підприємстві;
- Техніко-економічне забезпечення: оптимізує фінансові та інформаційні потоки на підприємстві.

Роблячи аналіз виробництва ТОВ «ОРІОН», ми дійшли висновку, що виробництво потрібно зосередитись на подальшому вдосконаленні системи управління запасами та впровадженні новітніх технологій для відстеження вантажів.

Для вирішення цих завдань слід запровадити SaaS, ERP систем та штучний інтелект. Вони допоможуть автоматизувати деякі функції, покращать систему відстеження вантажів та оптимізують управління запасами на виробництві. Так само слід скористатися послугами маркетологів для аналізу ринку, розробки стратегій щодо залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

Дослідження показують, що використання Saas систем може збільшити доходи підприємства на 15%-30% залежно від якості впровадження. ERP системи можуть знизити операційні витрати на 10-25%, при цьому покращуючи загальну продуктивність на 10-15%. Маркетолог збільшує дохід на 10%-30% протягом року.

Для розрахунку витрат на наші рекомендації ми використовуємо середні ціни на ринку для виробництв, тому що ціна Saas, ERP систем та послуги маркетолога розраховуються індивідуально за запитами виробництва. Використовуючи середні ціни на послуги, ми розрахуємо витрати, приблизний прибуток за рік і термін окупності послуг, отримані значення представлено в таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Назва послуг	Витрати за рік (тис. грн.)	Прибуток за рік (тис. грн.)	Термін окупності (роки)
SaaS	962,07	133.46	7,2
ERP	480,09	117.76	4

Продовження табл. 3.1

Маркетолог	721,62	157.02	4.5
------------	--------	--------	-----

Джерело: авторська розробка

З таблиці 3.1 можна зробити висновки, що рекомендації є досить дорогими, але при цьому допоможуть покращити конкурентоспроможність та логістичні перевезення виробництва ТОВ «ОРІОН». Для зменшення витрат підприємства можна знайти спонсорів або взяти банківський кредит для досягнення цілей виробництва.

Отже, підвищення ефективності діяльності підприємства можливе за рахунок підсистем, які є на підприємстві, стандартизації, удосконалення транспортної системи, удосконалення складської системи, управління якістю матеріальних потоків тощо. Серед факторів впливу є: час, витрати та обслуговування.

Для ТОВ «Оріон» фактори впливу та резерви збільшення ефективності маркетингового аналізу логістичної діяльності можуть бути унікальними, але вони, ймовірно, включатимуть:

1. Якість даних про клієнтів та постачальників: Збір та аналіз даних про клієнтів та постачальників є ключовим для ефективного маркетингового аналізу. Розробка системи збору та обробки даних, а також забезпечення їхньої точності та актуальності, може покращити якість аналізу та допомогти в ідентифікації ключових трендів та можливостей.

2. Використання інформаційних технологій: Використання сучасних інформаційних технологій для аналізу даних може значно полегшити та прискорити процес маркетингового аналізу. Використання програмного забезпечення для аналізу даних, розробка власних систем аналітики та використання штучного інтелекту можуть допомогти виявити нові можливості та оптимізувати логістичні процеси.

3. Внутрішнє співробітництво між відділами: Забезпечення ефективного внутрішнього співробітництва між відділами, такими як маркетинг, логістика, виробництво та продажі, допоможе забезпечити обмін інформацією та ресурсами для більш повного та об'єктивного аналізу. Це може включати регулярні наради, спільні проекти та обмін даними.

4. Стратегічне планування: Розробка стратегій та планів для маркетингового аналізу логістичної діяльності може допомогти визначити цілі, завдання та методи аналізу для досягнення успіху. Це дозволить ефективно використовувати ресурси та орієнтувати зусилля на досягнення стратегічних цілей.

5. Розуміння специфіки ринку та конкурентів: Оцінка специфіки ринку та аналіз конкурентів може допомогти виявити нові можливості для підвищення ефективності логістичної діяльності. Це може включати аналіз ціноутворення, стратегій продажу конкурентів та оцінку реакції ринку на власні продукти та послуги.

Загалом, для ТОВ «Оріон» важливо постійно вдосконалювати свої методи та підходи до маркетингового аналізу логістичної діяльності, враховуючи унікальні особливості свого бізнесу та ринкового середовища.

Таким чином, розглядання логістичної діяльності та способів її оптимізації для підприємства ТОВ «Оріон» вражає своєю глибиною та деталізацією. Визначено, що збільшення ефективності цих процесів може значно підвищити рентабельність та продуктивність підприємства, а також його конкурентоспроможність на ринку.

Одним із ключових аспектів є використання новітніх інформаційних технологій для управління логістичними операціями. Це дозволить оптимізувати процеси та зменшити час, необхідний для виконання різних завдань. Наприклад, автоматизація складського обліку та використання систем управління запасами можуть збільшити ефективність та точність операцій.

Додатково, зосередження на стандартизації вантажу та оптимізації транспортних та складських витрат є важливими аспектами для покращення

ефективності логістичної системи. Це допоможе спростити процеси та знизити витрати на зберігання та транспортування товарів.

Також важливо враховувати фактори, які впливають на ефективність логістичної діяльності, такі як якість обслуговування, час та логістичні витрати. Постійний аналіз цих факторів дозволить ідентифікувати можливості для покращення та вдосконалення логістичних процесів на підприємстві.

Загалом, підхід до покращення логістичної діяльності підприємства ТОВ «Оріон» дуже системний та обґрунтований, і він має потенціал для позитивного впливу на його результативність та конкурентоспроможність.

3.2 Вплив новітніх технологій на маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємств

Новітні технології та інновації мають великий вплив на діяльність підприємства та його конкурентоспроможність, оскільки підвищують ефективність логістичної діяльності та відкривають нові можливості на ринку, займаючи ключові позиції.

Інновації поділяються на чотири види [20]:

1) До першого типу відноситься продуктова інновація, це впровадження нового продукту або послуги. Продукт може бути останньою інновацією, характеризуватиметься частковими змінами чи доповненнями, це може бути: вдосконалення підсистем на підприємстві, впровадження нових глобальних систем;

2) До другого типу відносяться процесні інновації, вони характеризуються впровадженням нового або вдосконаленням діючого способу виробництва, зміною технології, програмного забезпечення. Зменшують витрати на виготовлення продукції, доставку тощо;

3) До третього типу відносяться маркетингові інновації, вони являють собою впровадження нових методів продажу, дизайну, упаковки і т. д. Він

спрямований на просування товару і завоювання ринку для збільшення продажів;

4) Четвертий тип включає організаційну інновацію, вона характеризується впровадженням нових організаційних методів на підприємстві. Вони можуть бути спрямовані на підвищення ефективності діяльності підприємства.

Для визначення комунікаційної системи інновацій та логістики використовуються основні різноспрямовані рівні [13]:

1) На першому рівні виділяють логістику, яка спрямована на інновації, вона спрямована на методи, алгоритми та моделі забезпечення пошуку інновацій;

2) На другому рівні виділяють інновації в логістиці, які спрямовані на застосування інноваційних ідей у процесах, що відбуваються на підприємстві;

3) На третьому рівні виділяють інноваційну логістику, яка розробляє, впроваджує та застосовує інновації на підприємстві.

Підвищення конкурентоспроможності на підприємстві може бути досягнуто за допомогою матеріально-товарних транспортних систем, впровадження нових методів, технологій і механізмів, їх оптимального використання та ефективності [28].

Новітні технології, що впливають на логістичну діяльність представлені в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1

Застосування інноваційних рішень для логістичних завдань

Сучасні технології рішення	Завдання
Безпілотні вантажні транспортні засоби	Використання автороботів на підприємстві призводить до підвищення ефективності, оскільки підвищується пропускна здатність, середня швидкість пересування, підвищується економія палива та безпека дорожнього руху. З'являється електронний помічник, а водій виконує роль диспетчера процесів

Продовження табл. 3.1

Дрони	Ці прилади зайняли місце не тільки у військовій промисловості, але і на підприємствах різної діяльності. Вони можуть забезпечити доставку малогабаритних товарів, за допомогою камери збирати та обробляти дані зі складів і загальної території підприємства, контролювати технічний стан складського обладнання, стежити за шляхами транспортування вантажів
3D друк	3D друк дає можливість створювати пристрої або деталі з пластику, металу, змішаних матеріалів. Це робить компанію незалежною від спеціалізованих виробників і скорочує час, витрачений на замовлення та обробку замовлень, а також час на поставки від інших виробників
Поняття прозорості логістичних процесів	Реалізована на підприємстві концепція забезпечує доступ до інформації про вантаж від замовлення до доставки. Його реалізація можлива шляхом створення мобільного додатку, оснащення спеціальної системи тощо
Мініатюризація електроніки	Мініатюризація електроніки - це можливість виготовлення оптичних, механічних та електронних виробів невеликих розмірів. Це дає змогу розвивати автоматичну ідентифікацію, збір даних, машинний зв'язок тощо
Машинний переклад	Машинний переклад дозволяє заощадити час на переклад, що в свою чергу дозволяє збільшити швидкість обробки замовлення на поставку товару
Автоматизація на основі штучного інтелекту	Штучний інтелект може виконувати практично всі завдання, що дозволяє розвантажити персонал підприємства. Він також мінімізує кількість можливих помилок, контролює та прискорює процес виконання поставленого завдання
Інтернет речей	Інтернет речей допоможе відстежувати товари та послуги на шляху до споживача. За допомогою мікросхем, які кріпляться до вантажу, стало можливим визначити: ідентифікацію товару, дані про місцезнаходження, швидкість руху, схему руху товару, визначити вологість і температуру повітря тощо. У разі будь-якої негативної дії на товар, сповіщення отримано негайно. Таке впровадження дозволить підвищити якість обслуговування та збільшити кількість задоволених клієнтів
Система цифрових двійників	- Висока точність прогнозування стану об'єктів та моніторинг у режимі реального часу. - Поглиблене розуміння внутрішніх процесів завдяки аналізу даних від "віртуальної" експлуатації. - Розрахунок економічної ефективності проектів з високою точністю. - Ідентифікація та усунення потенційних слабких місць у системі.
Інтернет речей	- Інтеграція транспортних засобів у мережу інтернет для забезпечення прозорості та контролю над ланцюгами поставок. - Підвищення безпеки через запобігання неправильному використанню транспорту та легкий доступ до даних для розслідувань. - Моніторинг активів: відстеження розташування та переміщення вантажів, забезпечення доступу до інформації про вантаж на всьому шляху його переміщення.
Роботизована автоматизація процесів	- Автоматизація рутинних і стандартизованих процесів, що зводить до мінімуму потребу в людських рішеннях. - Підвищення задоволеності клієнтів та якості обслуговування завдяки безперервній роботі системи 24/7. - Зниження витрат на навчання персоналу та інтеграція з існуючими системами для поліпшення ефективності.

(Джерело: авторська розробка)

У сфері транспорту та логістики, застосування доповненої реальності та спеціалізованих програмних рішень відкриває перед постачальниками послуг нові перспективи. Завдяки цим інноваційним технологіям, можливо проектувати та випробовувати комерційні процеси у віртуальному середовищі, тоді як впровадження штучного інтелекту та аналітичних інструментів забезпечує моніторинг у реальному часі, візуалізацію даних та точне прогнозування. Важливість цих технологій постійно зростає, адже вони сприяють підвищенню ефективності та успіху діяльності компаній у галузі логістики та управління ланцюгами постачань, що є критичним для економічного розвитку країн.

У контексті глобалізації та спеціалізації праці, певні функції можуть виявитися менш продуктивними в межах одного підприємства порівняно з тими, що виконуються зовнішніми компаніями-спеціалістами, які пропонують аналогічні послуги за конкурентними цінами та з вищою якістю. Така ситуація надає можливості для підприємств збільшити свою ефективність через аутсорсинг логістичних процесів. У галузі логістики застосування інноваційних технологічних рішень має місце в областях, як-от автономні транспортні системи, цифрові двійники, штучний інтелект, блокчейн, Інтернет речей та роботизована автоматизація процесів.

Використання інтелектуальних технологій у логістиці, зокрема оптимізація маршрутів доставки за допомогою робототехніки, програм типу SaaS, ERP систем та штучного інтелекту, спрощує та оптимізує виробничі процеси, роблячи їх значно ефективнішими. Це, у свою чергу, призводить до зниження витрат та покращення доступності продукції як для виробників, так і для споживачів, оскільки дозволяє мінімізувати витрати на посередницькі послуги і, відповідно, ціни на товари.

Одним з ключових трендів є використання аналітики великих даних, яка значно впливає на управління складською логістикою, дозволяючи моделювати процеси та прогнозувати потреби. Автоматизовані системи в

логістиці допомагають оптимізувати процеси, знижувати витрати та помилки, пов'язані з ручною працею, і збільшують прозорість діяльності.

Використання технологій, таких як RFID-етикетки, для відстеження товарів по всьому ланцюгу постачання дозволяє підтримувати постійний контроль за переміщенням продукції, зменшуючи ризики втрат та зберігаючи витрати. Такі технології стають необхідними для ритейлерів, які пристосовують свої процеси до вимог сучасного ринку.

Прогнозування попиту за допомогою великих даних та машинного навчання стає важливим елементом для розробки ефективної логістичної стратегії. Інтеграція штучного інтелекту в логістику відкриває нові можливості для оптимізації маршрутів та точного планування попиту.

З урахуванням зростання обсягів даних, комп'ютерна обробка інформації стає ключовим аспектом транспортної логістики. Використання технології блокчейн допомагає автоматизувати багато логістичних процесів, знижуючи вартість їх виконання та уникнення помилок.

Роботизовані системи зберігання, такі як роботи «Kiva» (рис. 3.2), дозволяють ефективно переміщати товари на складі, оптимізуючи простір та зменшуючи необхідність у людському втручанні, що веде до зниження витрат та збільшення продуктивності.



Рис. 3.2. Робот «Kiva» (Джерело: складено автором за матеріалами [55])

Використання роботів «Kiva» на складах дозволяє оптимізувати використання простору та зберігати товари різних розмірів. Ці системи включають підйомно-транспортні механізми, які автоматично розміщують та видаляють продукцію, керуючись комп'ютерними системами. Структура таких систем включає взаємопов'язані стелажі, транспортні візки, підйомники та програмне забезпечення для ефективного управління складом.

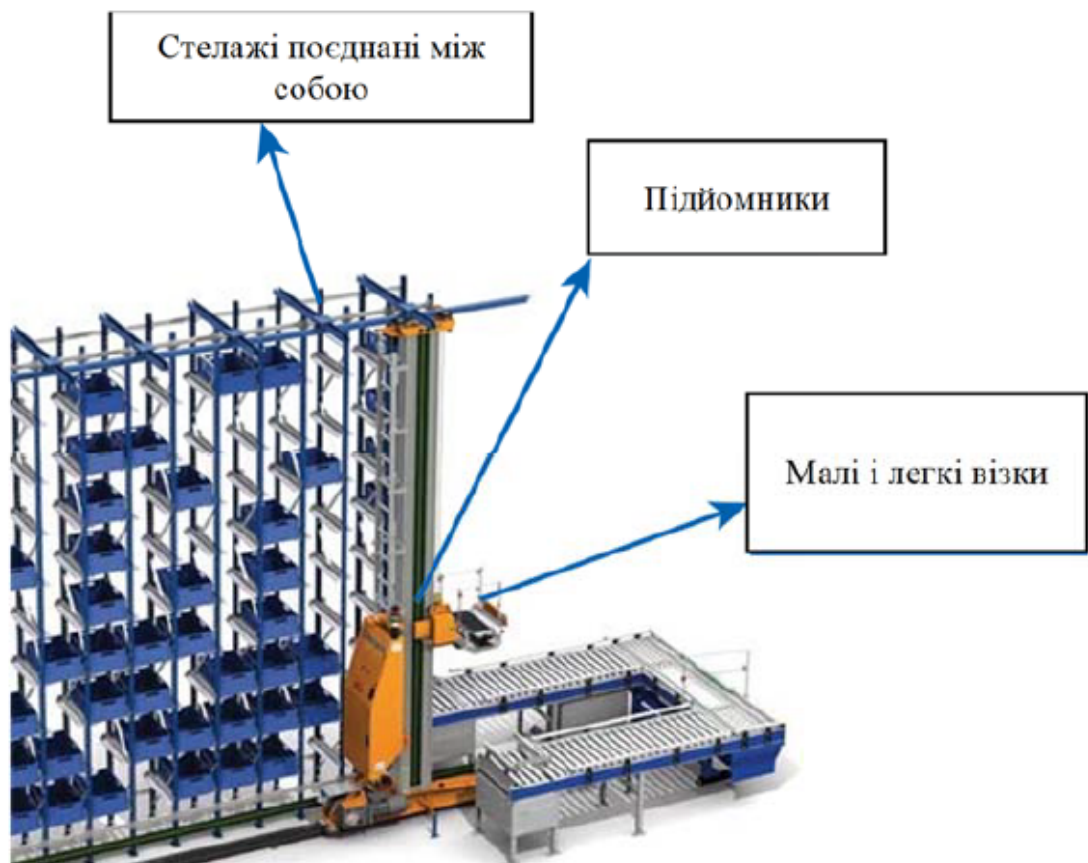


Рис. 3.3. Автоматизована складська система з роботизованим механізмом роботи (Джерело: складено автором за матеріалами [55])

Серед переваг системи роботів «Kiva» на складах можна виділити кілька ключових моментів. По-перше, це радикальне скорочення часу, необхідного для виконання складських операцій, що сприяє підвищенню продуктивності роботи. Далі, значне зниження потреби у великих складських просторах завдяки ефективному розподілу обсягів, що дозволяє скоротити витрати на

зберігання. Нарешті, легкість інтеграції програмного забезпечення для управління автоматизованим складом з уже використовуваними на підприємстві обліковими системами також є важливою перевагою.

Сучасна логістика стає все більш цифровізованою, використовуючи математичне моделювання для аналізу процесів і автоматизовані системи для управління складами та транспортом. Багато компаній впроваджують комплексні платформи, які дозволяють вирішувати різноманітні завдання, такі як інтеграція бізнес-процесів у ланцюгу поставок, керування запасами та зв'язок між виробниками та споживачами. Технології, які зараз використовуються на підприємствах, дозволяють впроваджувати інноваційні інструменти для забезпечення відстеження, візуалізації та обробки вантажів у логістиці. Ланцюг поставок потребує розширення та змін через проблеми з кінцевими споживачами [38]. Останні інновації, які використовуються на підприємстві, дають можливість підвищити якість продукції та обслуговування, скоротити терміни виробництва та доставки, знизити витрати на виготовлення продукції тощо.

Отже, загальна мета застосування інновацій у логістиці - забезпечити оптимальне використання ресурсів, підвищити ефективність та конкурентоспроможність підприємства на ринку. Це може включати впровадження нових технологій у сфері матеріало-товаропровідних систем, оптимізацію процесів доставки та складського управління, а також постійне вдосконалення організаційних методів управління логістикою.

Новітні технології мають значний вплив на логістичну діяльність підприємств, підвищуючи їхню ефективність та конкурентоспроможність. Серед найбільш важливих технологій можна виділити безпілотні вантажні транспортні засоби, які полегшують та прискорюють процеси доставки, зменшуючи при цьому витрати на паливо та підвищуючи безпеку. Дрони також використовуються для доставки товарів та моніторингу складських приміщень, що дозволяє підприємствам оптимізувати процеси управління запасами. 3D друк дозволяє виготовляти частини та пристрої маленького

розміру, зменшуючи затрати та час на виробництво. Концепція прозорості логістичних процесів дозволяє підприємствам забезпечувати доступ до інформації про вантаж від замовлення до доставки, що підвищує рівень обслуговування клієнтів. Машинний переклад, штучний інтелект та інтернет речей допомагають автоматизувати процеси та забезпечувати більш точне та ефективне управління логістикою.

Всі ці технології сприяють покращенню якості виробництва та обслуговування, зменшенню витрат та скороченню часу на виконання різних логістичних операцій.

ВИСНОВКИ

1. З теоретичних основ логістичної діяльності підприємства можна зробити наступні висновки:

Логістика націлена на оптимізацію управління рухом та зберіганням матеріальних потоків, щоб забезпечити ефективність і конкурентоспроможність підприємства. Логістика є комплексним підходом, що охоплює всі аспекти управління матеріальними потоками, включаючи закупівлю, виробництво, зберігання та розподіл продукції. Логістика відіграє стратегічну роль у досягненні конкурентної переваги, забезпечуючи оптимальне розподілення ресурсів та зниження витрат. Логістика використовує різноманітні інструменти та технології, такі як програмне забезпечення для управління ланцюгом поставок, системи автоматизації та відстеження вантажів, щоб оптимізувати процеси. Логістика повинна бути гнучкою та відкритою до змін, щоб відповідати вимогам ринку та швидко реагувати на зміни в умовах діяльності підприємства.

В цілому, розуміння теоретичних основ логістичної діяльності допомагає підприємствам ефективно впроваджувати стратегії управління ланцюгом поставок та забезпечувати успішну діяльність на ринку.

2. В практичному розділі було проведено маркетинговий аналіз логістичної діяльності підприємства ТОВ «Оріон». Після проведення маркетингового аналізу логістичних перевезень компанії ТОВ "Оріон" можна зробити наступні висновки: Дослідження ринку показало, що конкуренція в галузі логістичних перевезень є досить високою. Конкуренти пропонують широкий спектр послуг із доставки та мають різні стратегії ціноутворення. Аналіз потреб клієнтів виявив, що вони цінують якість та надійність доставки, швидкість та точність обробки замовлень, а також конкурентоспроможні ціни.

Виявлено, що сильними сторонами компанії є висока якість обслуговування, швидкість реакції на замовлення, інноваційність у використанні технологій та ефективне управління логістичними процесами.

Серед слабких сторін можна виділити нестабільність у постачанні матеріалів, недостатню автоматизацію деяких логістичних процесів та потребу у вдосконаленні системи відстеження вантажів.

На основі проведеного аналізу рекомендується компанії зосередитися на подальшому вдосконаленні системи управління запасами та впровадженні новітніх технологій для відстеження вантажів. Також важливо збільшити стабільність постачання матеріалів та розвивати стратегії для залучення нових клієнтів та утримання існуючих.

В цілому, маркетинговий аналіз дозволяє компанії отримати важливі уроки та рекомендації для подальшого розвитку своєї логістичної діяльності, щоб забезпечити конкурентоспроможність та задоволення потреб клієнтів.

3. Інновації відіграють ключову роль у підвищенні конкурентоспроможності підприємства, впливаючи на всі аспекти його діяльності. Вони можуть бути поділені на чотири типи: продуктові, процесові, маркетингові та організаційні.

Продуктові інновації стосуються введення нових продуктів або покращення існуючих. Це може включати нові технології виробництва або покращення якості продукції. Процесові інновації спрямовані на оптимізацію виробничих процесів, зменшення собівартості та підвищення ефективності виробництва. Маркетингові інновації орієнтовані на просування продукції та розширення ринків збуту. Організаційні інновації стосуються управління підприємством та організаційних методів.

Щодо системи зв'язку інновацій і логістики, можна виділити три рівні:

- 1) логістика, спрямована на інновації;
- 2) інновації у логістиці;
- 3) інноваційна логістика.

Кожен з цих рівнів відображає способи впровадження інновацій в логістичну діяльність підприємства.

Загальна мета застосування інновацій у логістиці - забезпечити оптимальне використання ресурсів, підвищити ефективність та

конкурентоспроможність підприємства на ринку. Це може включати впровадження нових технологій у сфері матеріало-товаропровідних систем, оптимізацію процесів доставки та складського управління, а також постійне вдосконалення організаційних методів управління логістикою.

Новітні технології мають значний вплив на логістичну діяльність підприємств, підвищуючи їхню ефективність та конкурентоспроможність. Серед найбільш важливих технологій можна виділити безпілотні вантажні транспортні засоби, які полегшують та прискорюють процеси доставки, зменшуючи при цьому витрати на паливо та підвищуючи безпеку. Дрони також використовуються для доставки товарів та моніторингу складських приміщень, що дозволяє підприємствам оптимізувати процеси управління запасами. 3D друк дозволяє виготовляти частини та пристрої маленького розміру, зменшуючи затрати та час на виробництво. Концепція прозорості логістичних процесів дозволяє підприємствам забезпечувати доступ до інформації про вантаж від замовлення до доставки, що підвищує рівень обслуговування клієнтів. Машинний переклад, штучний інтелект та інтернет речей допомагають автоматизувати процеси та забезпечувати більш точне та ефективне управління логістикою.

Всі ці технології сприяють покращенню якості виробництва та обслуговування, зменшенню витрат та скороченню часу на виконання різних логістичних операцій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Амітан В.Н. Логістизація процесів в організаційно-економічних системах / В.Н. Амітан, Р.Р. Ларіна, В.Л. Пілюшенко. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2013. – 73 с.
2. Аналіз тенденцій розвитку логістичних підприємств України в умовах турбулентності соціально-економічних процесів / М. Г. Белопольский та ін. *Efektivna ekonomika*. 2023. № 4. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.4.10> (дата звернення: 16.04.2024).
3. Аналіз транспортних мереж та організації автомобільних перевезень в країнах Європи / Г. І. Нестеренко та ін. *Systems and technologies*. 2023. Т. 63, № 1. С. 88–99. URL: <https://doi.org/10.32782/2521-6643-2022.1-63.7> (дата звернення: 16.04.2024).
4. Білик В.В. Коломицева О.В. Маркетингові аспекти розвитку інновацій в регіонах Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету // Економічні науки. 2019. Вип. 52. С. 87 – 93
5. Ваховська М.Ю. Логістичні потоки: визначення, особливості, параметри [Електронний ресурс] / М.Ю. Ваховська // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. політехніка". – Режим доступу : http://vlp.com.ua/files/04_25.pdf
6. Воробець Є., Парасій-Вергуненко І. Аналіз грошових потоків транспортно-логістичних підприємств в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2024. № 59. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-59-115> (дата звернення: 16.04.2024).
7. Вплив воєнного стану на аналіз маркетингового середовища компанії. *Naukovyy visnyk dnipropropetrovs kogo derzhavnogo universytetu vnutrishnikh sprav*. 2023. Т. 6, № 127. URL: <https://doi.org/10.31733/2078-3566-2023-6-263-268> (дата звернення: 16.04.2024).
8. Гаврилюк Н. М. Формування та обґрунтування змістової моделі логістичного контролінгу в управлінні діяльністю підприємства / Н. М. Гаврилюк, Л. І. Ріщук // Розвиток національної економіки: теорія і практика:

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції 3-4 квітня 2015 року, проведеної на базі ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», м. Івано-Франківськ. – Тернопіль: Крок, – 2015. – Ч. 2. – С. 82–84.

9. Ганжуренко І. В. Маркетинг, збут та логістика сільськогосподарської продукції в системі управління розвитком аграрного підприємства. *Bulletin of sumy national agrarian university*. 2019. № 4 (82). С. 48–51. URL: <https://doi.org/10.32845/bsnau.2019.4.9> (дата звернення: 09.05.2024).

10. Гнедіна К. В., Нагорний П. В. Ринок вантажних перевезень в Україні: аналіз сучасного стану, виклики воєнного часу та перспективи розвитку. *Підприємництво і торгівля*. 2023. № 38. С. 19–28. URL: <https://doi.org/10.32782/2522-1256-2023-38-03> (дата звернення: 16.04.2024).

11. Говорушко Т.А. Управління ефективністю діяльності підприємств на основі вартісно-орієнтованого підходу : [монографія] / Т.А. Говорушко, Н.І.Климаш. – К. : Логос, 2013. – 204 с.

12. Дзямулич М. І., Шматковська Т. О. Вплив сучасних інформаційних систем і технологій на формування цифрової економіки. Економічний форум. 2022. № 2. С. 38

13. Дороніна М. С. & Шемаєва Л. Г. Проблемні питання створення і використання логістичної системи підприємства. Вісник Держ. ун-ту “Львівська політехніка”, № 390, С. 22–26

14. Економіка логістичних систем: Монографія / М.Васелевський, І.Білик, О.Дейнега, Є.Крикавський, Л.Якимишин та ін.; За наук. ред. Є.Крикавського та С.Кубіва. – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2018. – С.534–549.

15. Ільченко Н., Восканян З. Факторний аналіз впливу логістичних показників на рентабельність активів підприємства роздрібною торгівлю. *Економіка та суспільство*. 2023. № 57.

URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-96> (дата звернення: 16.04.2024).

16. Касян С.Я. Міжнародна маркетингова комунікаційна і логістична співпраця підприємств України у просторі ЄС у межах політики східного східного партнерства. «Міжнародне науково-технічне співробітництво: принципи, механізми, ефективність: Збірник наукових праць XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 12-13 березня 2020 р.) Київ: КПІ імені І.Сікорського, 2020. С. 19-21

17. Клімова І.Г. Проблеми та передумови використання логістики в Україні / І.Г. Клімова // Держава та регіони. — 2016. — № 3. — С. 143—147.

18. Клімович Т. А., Ігнатов О.Є. Логістика як основа ефективного управління організацією. Формування ринкових відносин в Україні. 2012. № 12. С. 128-132

19. Козак Л. С. Сутність і методи логістичного консалтингу / Л. С. Козак, О. С. Левіщенко // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Науковий журнал: в 2 ч. Ч. 2: Серія: «Економічні науки» – К. : НТУ, 2014. – Вип. 14. – С. 78–84.

20. Коніщева Н.Й. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств / Н.Й. Коніщева, Н.В. Трушкіна. — 2015. — № 1 (27). — С. 114—124.

21. Корженівська Н. Л. Логістика як інструмент підвищення ефективності господарювання. Університетські наукові записки. 2005. № 4. С. 359-362.

22. Котенок А., Овчаренко Д. Аналіз рентабельності активів та власного капіталу компанії ernst and young baltic sia. *Молодий вчений*. 2023. № 11 (123). С. 120–124. URL: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-15> (дата звернення: 16.04.2024).

23. Крикавський Є. В. (2005). Логістичне управління: підручник. Львів: Видавництво Нац. ун-ту “Львівська політехніка”

24. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підруч. для ВНЗ / Є.В. Крикавський. Нац. унт "Львівська політехніка". — Л.: ІнтеллектЗахід, 2014. — 414 с.
25. Ларіна Р. Р. Сутність і види логістичних систем. Available at: <http://mail.ukrkniga.org.ua/ukrknigatext/743/6/>
26. Логістика : навчальний посібник для студентів галузі знань 0306 "Менеджмент і адміністрування" всіх форм навчання / К. В. Мельникова, Т. О. Колодізева та ін. ; за заг. ред. докт. екон. наук, професора Ястремської О. М. — Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. — 272 с.
27. Лучанська І. В. Характеристика основних елементів логістики [Електронний ресурс] / І.В. Лучанська // Нові наукомісткі технології виробництва матеріалів, виробів широкого вжитку та спеціального призначення. — Режим доступу : https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/4285/1/20160428-29_TEZY_V3_P192.pdf
28. Македон В. В., Ільченко Н. О. Кон'юнктура світового ринку ІТ-послуг в умовах економіки 4.0. Ефективна економіка. 2021. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8525>
29. Македон В. В., Холод О. Г., Ярмоленко Л. І. Модель оцінки конкурентоспроможності високотехнологічних підприємств на засадах формування ключових компетенцій. Академічний огляд. 2023. № 2(59). С. 75–89. DOI: 10.32342/2074-5354-2023-2-59-5
30. Моделювання транспортно-логістичних схем вантажних перевезень в умовах глобальних ризиків / О. Шарко та ін. *Problems of friction and wear*. 2023. № 3(100). С. 94–105. URL: [https://doi.org/10.18372/0370-2197.3\(100\).17899](https://doi.org/10.18372/0370-2197.3(100).17899) (дата звернення: 16.04.2024).
31. Науменко М.О. Морозова Л.В. Удосконалення організаційної та функціональної структури логістичного забезпечення Збройних сил України. «Бізнес Інформ». ХНСУ, 2016. Випуск № 3. С. 279 – 284
32. Науменко М. О. Логістика як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник економіки транспорту і*

промисловості.

2018.

№ 61.

URL: <https://doi.org/10.18664/338.47:338.45.v0i61.127733> (дата звернення: 09.05.2024).

33. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2012. – № 3(36). – С. 166-170.

34. Пічугіна М. А., Шрамко Н. В. Логістична підтримка проєктної діяльності підприємства. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 142–147. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264652> (дата звернення: 09.05.2024).

35. Пожуєв О. В. Логістика, як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств України. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Сер.: Економічні науки*. 2011. Вип. 22. С. 118-123

36. Сеник Ю. Аналіз проблематики організації транспортних перевезень молочної сировини. *Економіка та суспільство*. 2023. № 54. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-54-85> (дата звернення: 16.04.2024).

37. Сергієнко О. А., Мащенко М. А., Швець А. Д. Аналіз маркетингових інструментів удосконалення стратегії управління продажами компанії. *Efektivna ekonomika*. 2024. № 1. URL: <https://doi.org/10.32702/2307-2105.2024.1.23> (дата звернення: 16.04.2024).

38. Смирнов С.О., Касян С.Я. Логістика дистрибуції та конкурентний бенчмаркінг в агропродуктовій сфері. *Вісник Дніпропетровського університету // «Економіка»*. 2015. Вип. 9 (3). С. 134-144

39. Товариство з обмеженою відповідальністю оріон, єдрпоу 31622381. *Бухгалтерська та бюджетна звітність українських підприємств та організацій, фінансовий аналіз звітності*.

URL: https://zvitnist.com/31622381_TOVARYSTVO_Z_OBMEZHENOU_VDP_OVDALNSTU_ORION#zvit (дата звернення: 09.05.2024).

40. Холодний Г.О. Маркетингова логістика як основа концепції ефективного підприємництва. Вісник Херсонського національного технічного університету . 2019. № 4. С. 181-186

41. Цифрова трансформація економіки: мікро- та макроаспекти: колективна монографія / за заг. ред. Н. А. Мазур, д.е.н., проф.; Кам'янець-Подільськ. нац. ун-т ім. І. Огієнка. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича, 2022. 440 с.

42. Чеверда С. Аналіз моделей формування оптимального портфеля проєктів аутсорсингової компанії. *Наука і техніка сьогодні*. 2023. № 13(27). URL: [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-13\(27\)-400-416](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2023-13(27)-400-416) (дата звернення: 16.04.2024).

43. Чухрай Н.І. Логістичне обслуговування: Підручник. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2016. – 292с.

44. Шандрівська О.Є. Логістичний менеджмент. Теоретичні основи : [навч.-метод. посіб.] / О.Є. Шандрівська, В.В. Кузяк, Н.І. Хтей. –Львів : Львівська політехніка, 2014. – 195 с.

45. Шевчук Н. А., Мацишина О. В. Аналіз впливу логістичних затрат в кластерах індустріального симбіозу. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2022. № 23. С. 105–111. URL: <https://doi.org/10.20535/2307-5651.23.2022.264642> (дата звернення: 16.04.2024).

46. Шлапак О.А. Формування комунікаційного середовища організації на основі комунікаційної логістики. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2019. Вип. 34. С. 101-104.

47. Akdoğan M. Ş., Durak A. Logistic and marketing performances of logistics companies: a comparison between germany and turkey. *Procedia - social and behavioral sciences*. 2016. Vol. 235. P. 576–586. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.084> (date of access: 16.04.2024).

48. Analysis of logistics costs of the enterprise / U. Plekan et al. *Journal of mechanical engineering and transport*. 2023. Vol. 17, no. 1. P. 114–120. URL: <https://doi.org/10.31649/2413-4503-2023-17-1-114-120> (date of access: 16.04.2024).
49. Caldas M. A. F., Fernandes Cordeiro F., Guimarães J. A. A marketing - logistic appraisal of a retailer - distributor company. *IFAC proceedings volumes*. 1997. Vol. 30, no. 19. P. 127–130. URL: [https://doi.org/10.1016/s1474-6670\(17\)42287-7](https://doi.org/10.1016/s1474-6670(17)42287-7) (date of access: 16.04.2024).
50. Casper R., Sundin E. Reverse logistic transportation and packaging concepts in automotive remanufacturing. *Procedia manufacturing*. 2018. Vol. 25. P. 154–160. URL: <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2018.06.069> (date of access: 16.04.2024).
51. Chowdhury R., Crost B., Hoffmann V. Marketing fortified rice: effects of aspirational messaging and association with free distribution. *Food policy*. 2022. Vol. 112. P. 102346. URL: <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2022.102346> (date of access: 16.04.2024).
52. Constructing a smart destination framework: a destination marketing organization perspective / E. Sorokina et al. *Journal of destination marketing & management*. 2022. Vol. 23. P. 100688. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100688> (date of access: 16.04.2024).
53. D'Attoma I., Ieva M. The role of marketing strategies in achieving the environmental benefits of innovation. *Journal of cleaner production*. 2022. Vol. 342. P. 130957. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.130957> (date of access: 16.04.2024).
54. Dolia O. Analysis of the state of modern scientific opinion on the issue of organizing passenger transportation by various modes of transport. *International science journal of engineering & agriculture*. 2022. Vol. 1, no. 2. P. 23–39. URL: <https://doi.org/10.46299/j.isjea.20220102.3> (date of access: 16.04.2024).

55. Drljača M., Sesar V. Supply chain transportation management. *Transportation research procedia*. 2023. Vol. 74. P. 338–345. URL: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2023.11.153> (date of access: 16.04.2024).
56. Gumenna-Derii M. Accounting of the material resources and analysis of the efficiency of logistics operations in construction industry. *Oblik i finansi*. 2023. No. 1(99). P. 130–134. URL: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-1\(99\)-130-134](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2023-1(99)-130-134) (date of access: 16.04.2024).
57. Hrytsenko N. Comprehensive analysis of the operation of the transport system of ukraine in the field of passenger transportation. *Black sea economic studies*. 2023. No. 80. URL: <https://doi.org/10.32782/bses.80-13> (date of access: 16.04.2024).
58. Huang Y.-C. How marketing strategy, perceived value and brand image influence WOM outcomes–The sharing economy perspective. *Journal of retailing and consumer services*. 2022. Vol. 68. P. 103071. URL: <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103071> (date of access: 16.04.2024).
59. Hulchak O., Tochyhin M. Analysis of research in the field of freight transport in the conditions of a sustainable city. *The national transport university bulletin*. 2023. Vol. 1, no. 55. URL: <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2023-1-55-079-088> (date of access: 16.04.2024).
60. I F. Analysis of the impact of route, road and operational factors on the transport energy efficiency of urban passenger transportation. *The national transport university bulletin*. 2022. Vol. 1, no. 51. P. 399–407. URL: <https://doi.org/10.33744/2308-6645-2022-1-51-399-407> (date of access: 16.04.2024).
61. Increasing the efficiency of logistics processes of truck transportation in the odessa region / T. M. Melenchuk et al. *Key title: Zbìrnik naukovih prac' Odes'koï deržavnoï akademii tehničnogo regulûvannâ ta âkosti*. 2022. No. 2(21). P. 42–49. URL: <https://doi.org/10.32684/2412-5288-2022-2-21-42-49> (date of access: 16.04.2024).

62. Kalaivani R., Visalakshidevi E. M. A generalized novel approach to transportation problem using multi partite-graph method. *Measurement: sensors*. 2024. P. 101060. URL: <https://doi.org/10.1016/j.measen.2024.101060> (date of access: 16.04.2024).

63. Karpil O., Mykhailik N. Trend analysis of logistics services in the postal communication market. *Scientific bulletin of odessa national economic university*. 2023. Vol. 10, no. 311. P. 99–107. URL: <https://doi.org/10.32680/2409-9260-2023-10-311-99-107> (date of access: 16.04.2024).

64. Methods to analyze traffic demand formation in intelligent transportation and logistic regional network / S. Lyapin et al. *Transportation research procedia*. 2020. Vol. 45. P. 522–529. URL: <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2020.03.061> (date of access: 16.04.2024).

65. Ngo Q.-H. The effectiveness of market orientation in the logistic industry: A focus on SMEs in an emerging country. *Heliyon*. 2023. Vol. 9, no. 7. P. e17666. URL: <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e17666> (date of access: 16.04.2024).

66. Pan M. (., Ryan A. Segmenting the target audience for transportation demand management programs: an investigation between mode shift and individual characteristics. *International journal of sustainable transportation*. 2023. P. 1–22. URL: <https://doi.org/10.1080/15568318.2023.2201941> (date of access: 16.04.2024).

67. Port marketing from a multidisciplinary perspective: a systematic literature review and lexicometric analysis / T. Mandják et al. *Transport policy*. 2019. Vol. 84. P. 50–72. URL: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2018.11.011> (date of access: 16.04.2024).