

Отже, на основі того що було описано вище, ми можемо заключити, що збутова політика відіграє одну з найважливіших ролей в операційній та фінансовій діяльності підприємства, а стимулювання збуту являє собою функцією конкурентного стратегічного управління бізнесом через підвищення конкурентоспроможності . Така широта засобів слугує саме тим фундаментом для якісної збутової політики, та впливає на кінцеве задоволення клієнтів. Найкращим рішенням для бізнесу буде імплементація найсучасніших видів збуту, використовуючи тим же часом не менш корисні традиційні інструменти. Саме темпи розвитку економіки та її конкурентне середовище призводить до того, що контроль та аудит над методами збуту призводить до подальшого зростання підприємства та економіки в цілому.

#### **Список використаних джерел:**

1. Павленко А.Ф., Войчак А.В. Маркетинг: Підручник. Київ: КНЕУ, 2003. 246 с.
2. Денисова Є.С. Методи стимулювання збуту: навчально-практичний посібник. Київ: ЕАОІ, 2019. 200 с.
3. Котлер Ф. Основи маркетингу / пер. з англ. П.Т. Махрінського, Н.В. Сакаль. Київ, 2016. 944 с.
4. Майборода О.О. Маркетингова політика комунікацій: навч.-метод. посібник. Київ: КНЕУ, 2017. 256 с.
5. Методи стимулювання збуту. URL: <https://buklib.net/books/37396/>

**Д-р екон. наук Семенча І. Є., Чумаченко Х. Л.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

### **СКЛАДСЬКА ЛОГІСТИКА ОПТОВОГО ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

В умовах ринкової конкуренції перед багатьма підприємствами гостро постають питання щодо підвищення конкурентоспроможності, збільшення прибутків і зниження витрат операційної діяльності. Вирішення таких завдань ґрунтується на ефективній оптимізації господарських процесів, а також підвищення їх функціональності. Від правильно організованої та ефективної роботи складу залежить успішна діяльність торговельних підприємств. Складські комплекси повинні забезпечувати надійне зберігання, зручне,

налагоджене керування товарними запасами та своєчасну доставку продукції [1]. Грамотна організація, впровадження інноваційних технологій, ефективна оптимізація управління робочими процесами складів є одним із стратегічних завдань сучасних компаній.

Складська логістика відіграє значну роль під час вирішення будь-яких логістичних завдань. Самі склади вважаються центральним компонентом всієї логістичної системи, оскільки на оптових торговельних підприємствах з'являється потреба у зберіганні товарних запасів упродовж усіх стадій руху матеріального потоку [2]. Складська логістика дозволяє забезпечити стійкий рух матеріального потоку в логістичному ланцюзі, а також здатна впливати на підвищення ефективності діяльності всього торговельного підприємства. Грамотна робота складу разом із інформаційними системами сприяє прийняттю правильних та ефективних управлінських рішень керівництвом підприємства.

Як відомо, система складської логістики складається з безлічі функціональних елементів і включає [3]:

організацію складу, у тому числі визначення його цільового призначення, розробки документації та встановлення експлуатаційних вимог;

– оптимізацію закупівельної діяльності, у тому числі встановлення термінів та умов зберігання товарів, обсягів та умов відвантаження, контролю якості;

– визначення стандартів та вимог до вантажів, реалізацію контролю відповідності товарів встановленим вимогам;

– обов'язкове відстеження та контроль за вимогами до розміщення товарів з урахуванням їх характеристик та індивідуальних особливостей;

– обробку замовлень, а також звітність щодо руху товарів, наявності їх на складі;

– роботу зі споживачами послуг, постачальниками, у тому числі з питань індивідуальних вимог та претензій до зберігання товарів;

– розробку систем здійснення вантажної та розвантажувальної діяльності, у тому числі з метою оптимізації графіків роботи персоналу складу;

– розрахунок та визначення параметрів завантаження складу з урахуванням попиту на конкретний вид товару, а також визначення найбільш оптимальних шляхів транспортування вантажів тощо.

З метою оптимізації складської логістики оптового торговельного підприємства, насамперед, необхідно виконати відповідно облік та аналіз ключових показників складської діяльності для того, щоб виявити слабкі та сильні сторони логістичних процесів і загалом усієї системи складської логістики [4].

До основних характеристик складської логістики оптового торговельного підприємства можна віднести показники постачання вантажів за певний проміжок часу (завантаження, відвантаження, переробка), а також показники зайнятості складських приміщень.

Отже, для досягнення ефективної, раціональної роботи організація складської логістики оптового торговельного підприємства має ґрунтуватися на таких ключових правилах:

– суворе розмежування матеріальної відповідальності (ефективна робота складу ґрунтується на одному працівнику, який відповідає за контроль збереження товарів та їх пересування);

– проведення регулярної інвентаризації як аналізу ефективності поточної складської діяльності;

– дотримання товарно-матеріальної звітності (рух товару від надходження до відвантаження має бути відображено у звітних документах);

– робота складських комплексів має вестися заплановано та систематично (всі логістичні процеси, у тому числі переміщення товарів необхідно здійснювати відповідно до заздалегідь визначеного алгоритму, оскільки такий підхід скорочує тимчасові та матеріальні витрати та дозволяє уникнути перевантажень та помилок у роботі складу);

– оптимальне розміщення товарів для швидкого та зручного його переміщення.

Таким чином, ефективно сформовані процеси складської логістики оптового торговельного підприємства забезпечують надійне зберігання товарно-матеріальних цінностей, зручність та високу швидкість їх руху задля досягнення високого рівня сервісу та економічної ефективності діяльності оптового торговельного підприємства загалом.

**Список використаних джерел:**

1. Жалдак Г.П., Дем'ян А.Л. Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства. І Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи», 2020. С. 208-209. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201230>
2. Мащак Н.М. Оптимізація складської діяльності підприємства на засадах логістики. *Економіка та суспільство*, 2022. Вип. 43. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-33>.
3. Петухова О.М., Ткачук О.С. Удосконалення організації логістичних процесів на складі підприємства. *Ефективна економіка*. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6045>.
4. Руденко Г.Р. Удосконалення логістичних бізнес-функцій торговельного підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*, 2018. Вип. 22. С. 502-509.

**Канд. іст. наук Сливенко В. А.**

*Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)*

**ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ  
СФЕРИ ГОСТИННОСТІ В КРИЗОВИХ УМОВАХ**

У сучасних системах управління підприємствами індустрії гостинності дедалі помітніше місце займає управління якістю запропонованої продукції та послуг. Так відбувається тому, що, по-перше, якість поруч із вартістю, сервісом, термінами обслуговування та гарантіями є найбільш значущою складовою конкурентоспроможності. По-друге, якість повинна гарантувати екологічність та безпеку послуг, забезпечувати можливість їхньої сертифікації. Визначення якості послуг може розглядатися як властивості та особливості послуги, призначені для задоволення потреб споживача (якість послуги підвищується зі збільшенням кількості таких властивостей) і як відсутність недоліків, що знижують почуття задоволеності у споживачів. Також якість розглядають у таких двох аспектах: як функціональну та технічну. Технічна якість – це предметний результат наданої послуги (наприклад, страви у ресторані), тобто те, що залишилося у споживача після взаємодії із відповідним службовцем. Функціональна якість – це враження клієнта під час надання послуги від спілкування з персоналом. В індустрії гостинності саме функціональні якості послуги є найважливішими [1].

Індивідуальність споживачів передбачає і індивідуальність послуг. Мінливість послуг передбачає коливання якості однотипних послуг залежно від