

5) Підтримання позитивного іміджу як компанії, так і її продукції у сприйнятті споживачів.

Отже, формування ефективної товарної політики є запорукою успішного функціонування підприємства на ринку. На основі проведеного аналізу особливостей товарної політики підприємств молочної промисловості України, виділено основні елементи ефективної товарної політики: регулярний аналіз ринкових змін, орієнтація на споживача з різним рівнем доходів, високий рівень якості продукції та її різноманіття, інтегрований підхід до просування товарів, позитивний імідж компанії.

#### **Інформаційні джерела:**

1. Головацька Л. В. Товарна політика в системі управління маркетингом / Л.В. Головацька // Наукові записки. – 2011. – №4 (37). – С. 111-116.

2. Калініченко О. О. Формування маркетингової товарної політики підприємства в сучасних економічних умовах / О.О. Калініченко // Екноміка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки. – 2017. - № 1 (20). - Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui\\_2017\\_1\\_5](http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2017_1_5).

3. Каїра З. С. Маркетингова товарна політика підприємства та шляхи її удосконалення / З.С. Каїра // Бізнес Інформ. – 2011. – № 8. – С. 192-194

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЛОГІСТИКИ У ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА**

**Руденко Д.С.**, гр. 8.06.073.100.19.1

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **С.В. Бестужева**  
*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця*

Сучасний ринок вимагає від підприємства постійного активного пошуку найефективніших методів господарювання, в першу чергу, організації поставок, випуску і збуту своєї продукції. На перший план виходять основоположні принципи логістики, що передбачають пріоритетність споживача та якості на всіх етапах виробничо-розподільного циклу.

Основою концепції логістики є системний підхід до управління, що передбачає інтеграцію всіх функціональних сфер, пов'язаних з обслуговуванням матеріальних потоків, і врахування взаємозв'язків між ними.

Для організації зовнішньоекономічної діяльності концепція

логістики важлива з позиції основного її принципу оптимізації, причому на всіх етапах виробничого циклу – від постачання сировини та матеріалів до збуту готової продукції. У той же час вихід підприємства на закордонні ринки дає можливість сформувати ефективну логістичну систему підприємства з притаманними тільки їй особливостями, визначеними специфікою діяльності підприємства на зовнішніх ринках.

Для поглибленого дослідження змістовності логістичної концепції доцільно проаналізувати існуючі підходи щодо визначення сутності логістики у науковій літературі.

Так, з позиції Дж. Бушера та Дж. Тандала логістика – це процес планування, реалізації і управління ефективним, економічним рухом збереженням сировинних матеріалів, незакінченого виробництва, готової продукції і пов'язаної з цим інформації із пункту виникнення в пункт споживання з метою забезпечення відповідності вимогам споживача.[4, с. 32-39].

Такі автори як Джеймс С. Джонсон та Дональд Ф. Вуд визначають логістику як потік матеріалів і послуг, а також зв'язки, що необхідні для управління цим потоком .[1, с. 32-39].

Вчений Б. А. Анікін вже визначає логістику як науку, що вивчає управління матеріальними потоками від первинного джерела до кінцевого споживача з цілю мінімізації витрат, пов'язаних із товарорухом, і супутніми потоками інформації.[2, с. 10-12]

З точки зору О. М. Тридіда, К. М. Танькова, Т. О. Колодізевої логістика представляє особливий напрям менеджменту, що вивчає управління рухом матеріальних, інформаційних та фінансових потоків, ціллю якого є пошук найбільш ефективних способів та методів досягнення стратегічних цілей підприємства [3, с. 12-14].

У зовнішньоекономічній сфері логістика повинна розглядатись у двох аспектах: управлінському і технологічному. При організації управління ЗЕД просування матеріального потоку і забезпечення збуту є предметом організаційного управління. При удосконаленні технологій транспортних перевезень, складського господарства, інформаційного забезпечення, планування і контролю оптимізуються витрати на ефективне функціонування кожної з цих служб, оптимізація торкається предметів технологічного процесу. Організаційний механізм логістичного управління пов'язаний із досягненням достатнього рівня інтеграції за допомогою відповідних перетворень у структурі управління підприємством.

Отже, впровадження концепції логістики у процес зовнішньоекономічної діяльності підприємства сприятиме:

оптимізації обсягів та термінів постачання сировини та матеріалів;  
оптимізації асортименту та обсягів запасів сировини та матеріалів на складах;  
оптимізації виробничих витрат;  
оптимізації асортименту та обсягів запасів готової продукції на складах;  
оптимізації обсягів та термінів збуту.

#### **Інформаційні джерела:**

1. Джонсон Джеймс С. Современная логистика / Джеймс С. Джонсон, Дональд Ф. Вуд. – М.: «Вильямс», 2002. – 624 с.
2. Логистика и управление цепями поставок. Теория и практика. Основы логистики: учебник / под ред. Б. А. Аникина и Т. А. Родкиной. – Москва : Про спект, 2013. — 344 с.
3. Тридід О. М. Виробнича логістика: навч. посібник/ О. М. Тридід, К. М. Таньков, Т. О. Колодізева. – Х.: «ІНЖЕК», 2004. – 242 с.
4. Busher J. Logistics excellence / J. Busher, G.Tyndall // Manag. Accoun. – 2007. – P. 32-39

## **МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПОВЕДІНКОЮ СУБ'ЄКТІВ СПОЖИВЧОГО РИНКУ В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ**

**Чміль Г.Л.**, канд. екон. наук, доц., докторант  
*Харківський державний університет харчування та торгівлі*

Інформатизація економіки, посилення конкуренції, глобалізація і пов'язані з нею проблеми сталого розвитку в умовах швидкоплинних змін бізнес-середовища, змушують піддати ревізії вже сформовані принципи та методи управління й розставити нові акценти та пріоритети стратегічної поведінки суб'єктів споживчого ринку. Наразі основою стратегічного управління має бути акцент на досягнення стійкої конкурентної переваги, що підтримується і розвивається завдяки інтегрованій взаємодії самостійних бізнес одиниць.

За такої концепції на перший план виходить управління процесами, а не окремими функціями. Це, в свою чергу, перед усіма учасниками ринкової взаємодії актуалізує завдання формування колективної конкурентної переваги. Завдяки добровільної та стійкої співпраці цілого ряду суб'єктів господарювання виникає структуризація