

УДК 005.93

Пуліна Т.В.¹, Столяр Б.О.²

¹ проф. НУ «Запорізька політехніка»

² студ. гр. БТЕ-0814м НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ДИСТРИБ'ЮТОРСЬКОЇ КОМПАНІЇ

Світовий досвід показує, що дистриб'юторська діяльність, заснована на впровадженні сучасних технологій управління, забезпечує активне просування товарів виробників на ринки збуту. Отже, дистриб'юторська діяльність як елемент торгової інфраструктури, стає однією з найважливіших чинників підвищення конкурентоспроможності багатьох виробників. З іншого боку, питання удосконалення управління самими дистриб'юторськими компаніями також є, безумовно, актуальними.

На сьогодні вітчизняна економіка перебуває в умовах невизначеності внаслідок військових дій, ефективна діяльність будь-якої дистриб'юторської компанії передбачає вивчення особливостей її управління, виявлення існуючих загроз та можливостей та, як наслідок, підвищення ефективності функціонування компанії у цілому.

На наш погляд, під дистриб'юторською діяльністю потрібно розуміти складну систему, яка поєднує у своєму складі виробника готової продукції та різних посередників, які на договірних засадах (на основі дистриб'юторського договору) спільно здійснюють маркетингову, комерційну, логістичну діяльність щодо просування продукції до кінцевого споживача та її реалізації відповідно до стратегії організатора такої системи з дотриманням встановлених їм умов продажу, цін, стандартів обслуговування та під його контролем.

Принципово важливе значення для забезпечення якісної дистрибуції товарів має правильний вибір організатором системи дистрибуції, її структури та конкретних учасників каналів розподілу (дистриб'юторів та дилерів) [1;2].

Таким чином, дистрибуцію логічно розглядати, як вид діяльності, що знаходиться на стику між оптовою та роздрібною торгівлею. Їй притаманні багато рис оптової торгівлі, до яких додаються функції, що при традиційному їх розподілі між посередниками виконувала б роздрібна торгівля.

Головна проблема в Україні на сьогодні це нестабільна ситуація в країні внаслідок військових дій, тому головним завданням як виробників, так

і дистриб'ютерів, є здатність адаптуватися під умови, що постійно змінюються, щоб бути конкурентоспроможними і зберегти свій бізнес. Економічна нестабільність, зростання цін, зниження споживчого попиту, зміни законодавчої бази та системи оподаткування, дефіцит нормального кредитування тощо — це зовнішні чинники, які створюють перешкоди для розвитку бізнесу дистриб'ютора.

Функціонуючи в жорсткому конкурентному середовищі та в умовах невизначеності, дистриб'юторські компанії повинні постійно знаходитися у пошуку нових напрямків діяльності, розширювати клієнтську базу та асортимент, мати регіональний розвиток, брати участь у державних програмах, модернізувати складські потужності, а також використовувати нові маркетингові технології тощо. Все це тісно пов'язане з процесом їх управління, та, як наслідок, підвищенням ефективності функціонування та конкурентоспроможності дистриб'юторської компанії [3]. Тому ефективно побудована система управління розвитком дистриб'юторської компанії є найважливішою умовою розширення регіональної експансії та досягнення лідерства у продажах.

Система управління розвитком дистриб'юторської компанії — це комплекс процесів, інструментів та управлінських рішень, спрямованих на забезпечення стабільного зростання компанії, розширення ринку, підвищення ефективності логістики та збутових операцій.

Її мета — підвищити конкурентоспроможність за рахунок оптимізації бізнес-процесів, управління ресурсами та розвитку партнерської мережі.

Така система є багаторівневою моделлю, яка включає стратегічні, організаційні, логістичні, маркетингові та фінансові механізми. Ефективність цієї системи залежить від гармонійної взаємодії всіх підрозділів, а також від здатності компанії адаптуватися до змін ринку та впроваджувати цифрові рішення.

Стратегічне управління передбачає визначення довгострокових цілей, аналіз ринкової ситуації, конкурентного середовища, поведінки споживачів та трендів у галузі. Дистриб'юторська компанія повинна формувати стратегію, яка охоплює розвиток географічного покриття, розширення товарного портфеля, оптимізацію логістичних процесів та вдосконалення системи продажів. Важливим елементом стратегії є оцінка ризиків, прогнозування попиту та розробка антикризових сценаріїв.

Організаційне забезпечення системи управління розвитком включає побудову ефективної структури компанії, розподіл ролей і відповідальності, формування компетентної команди менеджерів та співробітників. Важливою складовою є створення системи внутрішньої комунікації, яка забезпечує оперативний обмін інформацією між підрозділами — логістикою, продажами, маркетингом, фінансами та IT-відділом.

Логістичне забезпечення відіграє ключову роль у розвитку дистриб'ютора. Воно охоплює управління запасами, прогнозування попиту, оптимізацію складських процесів, впровадження WMS-систем, контроль транспортних витрат, маршрутизацію та підвищення швидкості доставки. Сучасні дистриб'ютори активно впроваджують автоматизацію, сканування, цифрові системи обліку та моніторингу, що забезпечує точність, швидкість і зниження операційних витрат.

Маркетингове забезпечення розвитку компанії передбачає використання trade-marketing інструментів, планування акцій, спільного просування з виробниками, організацію мерчандайзингу та цифрових маркетингових кампаній. Важливим напрямом є аналіз ефективності рекламних активностей та управління іміджем компанії.

Управління продажами включає сегментацію клієнтської бази, визначення ключових клієнтів, розробку індивідуальних програм співпраці, формування планів продажів, управління дебіторською заборгованістю та контроль виконання KPI. Сучасні CRM-системи дозволяють автоматизувати процеси роботи торгових представників, підвищувати якість обслуговування та утримувати клієнтів.

Фінансовий менеджмент — це основа стабільності та можливість інвестування в розвиток. Він включає бюджетування, контроль витрат, аналіз рентабельності товарів та клієнтів, планування руху грошових коштів, управління кредитними лімітами та ризиками. Особливе значення має показник DSO, який відображає ефективність управління дебіторською заборгованістю.

Цифрова трансформація є обов'язковою умовою розвитку сучасної дистриб'юторської компанії. Вона включає впровадження ERP, CRM, BI-аналітики, мобільних додатків для торгових представників, онлайн-замовлень, автоматизацію документообігу та системи контролю логістики. Дані стають основою для прийняття управлінських рішень, прогнозування, планування та оптимізації бізнес-процесів.

Узгоджена робота всіх підсистем забезпечує стабільне зростання, високу конкурентоспроможність та підвищення рентабельності бізнесу. Ефективне управління розвитком дозволяє компанії швидко реагувати на зміни ринку, мінімізувати ризики, формувати довгострокові партнерські відносини та створювати Added Value як для виробників, так і для клієнтів. Це перетворює дистриб'ютора на гнучку, інноваційну та стійку компанію, здатну до стратегічного та операційного лідерства в галузі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бешлей Б. В. Збутова діяльність дистриб'юторських підприємств: сутність та особливості здійснення. *Бізнес Інформ*. 2024. № 9. С. 266-273.

2. Дибчук Л. В., Пчелянська Г. О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. *Problems of Economy*. 2019. № 37(3). С.25-32.

3. Пуліна Т. В. Взаємозв'язок стратегії розвитку і конкурентної стратегії підприємства харчової промисловості. *Агросвіт*. № 20. 2013. С. 21-26.