

КОСТЯНА Н.Г., ДАНЬКО Т.В., канд. екон. наук, доц.

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ РОЗПОДІЛУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

У сучасних умовах прискорення змін у навколишньому середовищі, нестабільності, загострення конкуренції має здійснюватися активний виробничий процес з мінімальними витратами та з максимальною можливістю збуту української машинобудівної продукції. Тому вітчизняні машинобудівні підприємства мусять розвивати свою міжнародну маркетингову діяльність, розширювати географію зовнішніх ринків збуту, шукати ринки з високим платоспроможним попитом на машинобудівну продукцію, збільшувати частки освоєних ринків зарубіжних країн та зміцнювати свої позиції на них. Ефективність міжнародної маркетингової діяльності та функціонування вітчизняних машинобудівних підприємств на зовнішніх ринках значно залежить від формування міжнародної політики розподілу продукції та створення адаптованої до зовнішніх ринків системи збуту. У зв'язку з цим виникає необхідність вивчення зазначених питань та розробки науково-практичних рекомендацій щодо формування ефективних ланцюгів розподілу продукції машинобудівних підприємств України на зовнішньому ринку.

У сфері міжнародного розподілу машинобудівної продукції важливим є формування збутової системи і забезпечення необхідного рівня супутніх логістичних послуг, співвідношення елементів жорсткого і м'якого сервісу, організація передпродажного обслуговування (консультації, демонстрації, тестове випробування), логістична підтримка в процесі реалізації продукції (зберігання на складі, підбір та комплектація партій постачань, пакування, маркування, формування вантажних одиниць, надання інформації про проходження вантажів, забезпечення надійності постачань), а також логістичні послуги післяпродажного характеру (гарантійне обслуговування, забезпечення запчастинами, розгляд претензій покупців, забезпечення зворотних потоків, забезпечення обміну продукції).

Таким чином, основні положення міжнародної маркетингової логістики, представлені системою поглядів на вдосконалення господарської діяльності шляхом раціоналізації управління матеріальними потоками, дають змогу збалансувати поставки відповідно до вимог і пріоритетів міжнародного підприємництва: необхідний продукт визначеної якості і ціни, обумовленої кількості має опинитись у певному місці у певний час.