

Приказ Минздравсоцразвития РФ от 11.01.2011 № 1н. - Текст : электронный // Законы, кодексы и нормативно-правовые акты Российской Федерации : [сайт]. - URL: <https://legalacts.ru/doc/prikaz-minzdravsotsrazvitiya-rf-ot-11012011-n-1n/> (дата обращения: 30.12.2019)

⁶ Об утверждении профессионального стандарта "Педагог профессионального обучения, профессионального образования и дополнительного профессионального образования : Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 08.09.2015 № 608н. - Текст : электронный // Гарант.ру : информационно-правовой портал. - URL: <https://base.garant.ru/71202838/> (дата обращения: 30.12.2019).

⁷ Андреева, Т.Е. Динамические способности фирмы: что необходимо, чтобы они были динамическими? : [научный доклад] № 2R-2006 / Т.Е. Андреева, В.А. Чайка. - Санкт-Петербург : НИИ менеджмента СПбГУ, 2006. - 32 с. - (Научные доклады). - URL: [https://gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/2006/2\(R\)_2006.pdf](https://gsom.spbu.ru/files/upload/niim/publishing/papers/2006/2(R)_2006.pdf) (дата обращения: 30.12.2019). - Текст : электронный.

⁸ Teece, D.J. Dynamic Capabilities and Strategic Management / David J. Teece, Gary Pisano, Amy Shuen // Strategic Management Journal. - 1997. - Vol. 18, No. 7. - Pp. 509-533.

⁹ Christensen, C.M. Meeting the Challenge of Disruptive Change / C.M. Christensen, M. Overdorf // Harvard Business Review. - 2000. - Vol. 78, No. 2. - Pp. 66-75.

IDENTIFICATION OF ENTITIES THAT HAVE THE ABILITY TO MAKE ORGANIZATIONAL CHANGES

© 2020 Kandrashina Elena Alexandrovna
Doctor of Economics, Professor
Samara State University of Economics
E-mail: kandrashina@sseu.ru

Keywords: change management, ability to make changes, ability to change, subjects, managers, employees, organization as an economic entity.

The article is devoted to identifying a range of subjects whose abilities determine the effectiveness of change management processes. Such subjects include both individuals such as managers and employees of the organization, and the organization itself, which acts as an institutional economic entity.

УДК 338

Код РИНЦ 06.00.00

РОЛЬ СБЫТОВОЙ ЛОГИСТИКИ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2020 Капустин Александр Александрович*
студент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: Kapustin.action@gmail.com

Ключевые слова: логистика, сбытовая деятельность, сбытовая логистика, распределение, логистическая система, каналы сбыта, конкуренция, модель сбыта.

* Научный руководитель - **Сивакс Анна Николаевна**, кандидат экономических наук, доцент.

В современных условиях в связи с повышенным уровнем конкуренции для предприятий необходимо предъявлять высокие требования к качеству продукции, что предполагает высокую значимость роли сбытовой логистики в системе экономической деятельности компании. Сбытовая логистика, как составная часть всей деятельности предприятия, оказывает большое влияние на обеспечение наибольшего эффекта в удовлетворении потребности клиентов и получении максимальной прибыли. В статье освещены такие понятия и явления, как сбытовая деятельность, модель сбыта, распределение, маркетинг, производство, дистрибуция и конкуренция, а также их непосредственная взаимосвязь в деятельности предприятия.

Любое предприятие, основной деятельностью, которой является продажа, не сможет существовать без налаженной системы сбыта продукции. Чем больше продукции компания сможет отгрузить, тем больше она получит прибыли. Прибыль - отражает конечную цель предприятия и является показателем эффективности всей хозяйственной деятельности.

"Сбытовая логистика - это неотъемлемая часть общей логистической системы на предприятии, которая обеспечивает наиболее эффективную организацию распределения производимой продукции"¹. То есть сбытовая логистика включает в себя всю цепочку распределения продукции компании - складирование, транспортировка, маркетинг, дистрибуция, производство и др.

Главной целью сбытовой логистики является доставить продукцию в нужное время и в нужное место, и в нее входят все звенья распределения, можно выделить ее основные задачи в деятельности предприятия:

- планирование процесса реализации;
- организация получения и обработка заказов;
- организация сети складов;
- выбор вида упаковки;
- принятие о решении комплектации партий;
- организация отгрузки продукции;
- организация доставки и контроль транспортировки;
- организация послереализационного обслуживания ².

В микрологистической системе предприятия, в организационной структуре которой существует множество взаимодействующих подразделений, важную роль играет подразделение службы логистики. Отдел, занимающийся пополнением сырьевой базы на предприятии, осуществляющий их разгрузку, определяющий норму складских запасов - называют подразделением закупочной логистики. Отдел, занимающийся перемещением складских запасов в производственном процессе, именуется подразделением производственной логистики. Конечным звеном в микрологистической системе предприятия отражающим деятельность отделов закупочной и производственной логистики будет заниматься отдел, обеспечивающий движение готового продукта до конечного потребителя - подразделение сбытовой логистики или распределительной логистики.

В современных условиях с повышенным уровнем конкуренции, центральной задачей сбытовой логистики будет являться практическое развитие связей с другими видами логистики в деятельности предприятия - закупочной логистикой, производственной логистикой и других.

Исходя из условий внутренней и внешней среды компании, возможны различные модели организационного оформления сбытовой логистики. К примеру, применительно к промышленным предприятиям, у которых большая база клиентов и поставщиков, разнообразная сырьевая база и широкий ассортимент, целесообразно иметь подразделение сбытовой логистики в рамках специальной логистической службы. Целью данной логистической службы будет являться оптимизация транспортно-складских издержек предприятия в процессе движения готовой продукции от склада до покупателя. Она позволит сконцентрировать все усилия в "одних руках" для рационализации деятельности разных отделов по готовой продукции в целях эффективного функционирования всего предприятия.

На сегодняшний день в условиях нарастающей конкуренции промышленные предприятия существенно могут повысить свой уровень конкурентоспособности так же за счет компьютерного и программного обеспечения логистической системы, в том числе и в системе сбыта. Применение экономико-математических методов позволит оптимизировать деятельность предприятия во всех его звеньях: закупка, производство, склад, транспорт.

При наличии в сбытовой деятельности предприятия отдела логистики и оснащения информационными технологиями всей логистической системы предприятия, сбытовая деятельность будет эффективна. Что позволит получать более высокую прибыль, что и является конечной целью работы любого предприятия. Для достижения поставленной цели необходимо соблюдение оптимального соотношения между запасами, затратами на их хранение, а также между транспортными расходами и графиком поставок готовой продукции. В результате повысится уровень конкурентоспособности предприятия за счет сокращения издержек и повышения скорости выполнения заказов покупателей. Согласно этому, конкурентные преимущества компании будут во многом зависеть от организационного оформления сбытовой логистики.

Управленческая задача будет состоять в том, чтобы создать такую систему сбыта, которая наиболее эффективно выполняла бы взаимодействие между всеми звеньями логистической цепи. Перечислим аспекты, которые позволят правильно создать систему сбытовой логистики на предприятии:

1. Выбор места хранения запасов и системы складирования.
2. Определение системы перемещения грузов.
3. Внедрение системы управления запасами.
4. Установление процедуры обработки заказов.
5. Определение каналов информирования целевого покупателя.
6. Выбор каналов распределения.
7. Определение географического (территориального) охвата.
8. Выбор способа транспортировки, упаковки и комплектации.
9. Разработка и тестирование модели сбыта³.

В быстро меняющихся условиях конкуренции необходимо постоянно пересматривать имеющуюся систему сбыта: вносить корректировки в функции дистрибуции и маркетинга, совершенствовать принципы взаимодействия всех отделов внутри предприятия.

Основной задачей компании в современных условиях конкуренции становится создание оптимальной для бизнеса, системы сбыта в рамках стратегии развития компании. Она должна быстро отвечать на изменяющиеся требования потребителей и соответствовать целям бизнеса. Поэтому сбытовая логистика играет важную роль в деятельности

предприятия. Грамотное управление сбытом и рациональная организация системы сбытовой логистики с учетом оптимизации связей между отделами являются важными элементами процесса взаимодействия субъектов рынка: предприятиями, поставщиками и потребителями.

¹ Веселова, А. О. Логистика: учеб. пособие для студ. экон. направлений подготовки (бакалавриат) очной и заочной форм обучения/А.О. Веселова, Е.А. Антинескул; Перм. гос. нац. исслед. ун-т. - Пермь; 2014. - 154 с.

² Векленко М. В. Направления совершенствования логистических процессов при организации системы сбыта через интернет // Научно-методический электронный журнал "Концепт". - 2015. - Т. 13. - С. 16-20. - URL: <http://e-koncept.ru/2015/85004.htm>

³ Сивакс А.Н., Харитонов Н.С., Комиссаров А.С Совершенствование системы менеджмента // Научно-практический электронный журнал "Аллея Науки" 2017 №11, - 439 с.

ROLE OF SALES LOGISTICS IN ENTERPRISE ACTIVITIES

© 2020 Kapustin Alexander Alexandrovich
Student
Samara State University of Economics
E-mail: Kapustin.action@gmail.com

Keywords: logistics, sales activities, sales logistics, distribution, logistics system, sales channels, competition, sales model.

In modern conditions, due to the increased level of competition for enterprises, it is necessary to make high demands on product quality, which implies the high importance of the role of sales logistics in the economic system of the company. Sales logistics, as an integral part of all enterprise activities, has a great influence on ensuring the greatest effect in meeting the needs of customers and maximizing profits. The article highlights such concepts and phenomena as sales activities, sales models, distribution, marketing, production, distribution and competition, as well as their direct relationship in the enterprise.

УДК 336
Код РИНЦ 06.00.00

СОБЫТИЙНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РЕАЛИЗАЦИИ ХОЛИСТИЧЕСКОЙ КОНЦЕПЦИИ

© 2020 Карпов Иван Алексеевич
кандидат экономических наук, доцент
Самарский государственный экономический университет
E-mail: karpovivan79@yaridex.ru

Ключевые слова: событийный маркетинг, event-мероприятия, холистический маркетинг, маркетинговые концепции.