

#### **Секція 4. «Економіка планування територіального розвитку»**

### **СУЧАСНІ ПІДХОДИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОВОЮ ДИСТРИБУТИВНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА**

*Ажаман І.А., д.е.н., професор, Гордєєв О.Ю., аспірант*

*Одеська державна академія будівництва та архітектури, м.Одеса, Україна*

Управління системою дистрибуції – це ефективний комплекс бізнес-процесів пов'язаних з поширенням продукції. Будь-яка система дистрибуції повинна враховувати всі можливості бізнес-процесів, а також визначати найбільш доцільні канали збуту продукції, пропонувати раціональні умови реалізації. Все це залежить від типу та характерних особливостей товару о реалізується. Узагальнення наукових джерел дозволило виявити декілька підходів до управління дистрибутивною політикою підприємства або управління каналами розподілу. До найбільш розповсюджених підходів відносяться класичний та концептуальний.

Представником класичного підходу є Філіп Котлер. Згідно дослідження автора управління каналами розподілу включає в себе такі види діяльності як: відбір, мотивація учасників, контроль та оцінку якості роботи останніх.

До сучасних підходів також відносить підхід, розроблений американськими вченими Ліндою Горчель, Едою Марієн та Чаком Уестом. Відповідно їх досліджень управління дистрибутивною політикою повинно здійснюватися за 2 напрямками – стратегічні зміни структури каналу та управління на постійній основі. Структуру каналу авторами пропонується змінювати відповідно динаміці ринку (зокрема розвиток технологій, зміни у нормативно-правовій системі та інше), змін у стратегії чи виводу на ринок нового товару. Узагальнено систему управління каналами збуту, запропоновану Ліндою Горчель, Едою Марієн та Чаком Уестом, представлену як послідовність етапів подано на рисунку 1.

З точки зору системного підходу управління каналами збуту можна представити з двох складових – стратегічного і оперативного управління. Стратегічне управління включає аналіз системи збуту, планування каналів та вибір партнерів. Оперативне управління передбачає мотивацію і стимулювання учасників каналу, оцінку і контроль їх діяльності, регулювання конфліктів, управління комунікаціями та підвищення ефективності каналу.

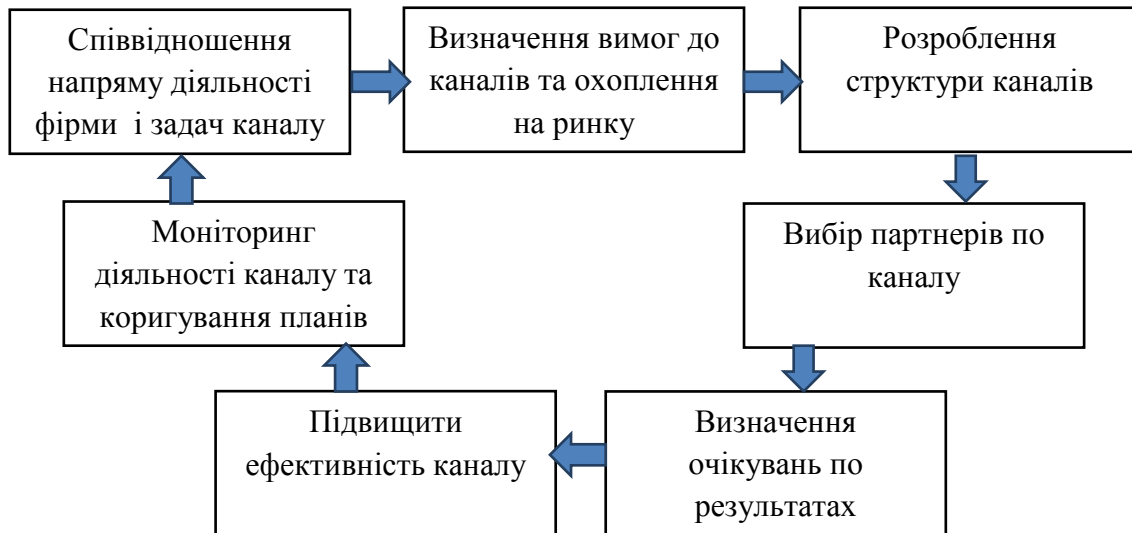


Рис. 1 – Етапи управління каналом (за підходом Горчель, Марієн та Уестома)

Давидов Р.М. запропонував підхід до управління каналами збуту, що передбачає процес неперервних взаємопов'язаних дій, які зводяться до чотирьох основних напрямів: аналіз системи збуту; оцінка і відбір учасників каналу; мотивація, урегулювання конфліктів; контроль і управління комунікаціями. Даний підхід направлений на підвищення ефективності управління каналами збуту. Процес управління представлений на рисунку 2.

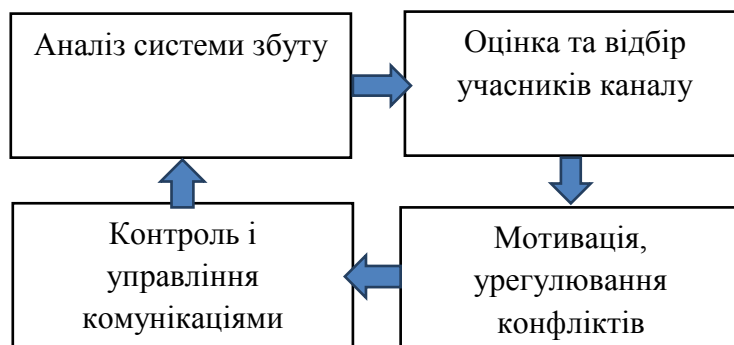


Рис. 2 – Процес управління каналами збуту (за підходом Р.М. Давидова)

Метою аналізу системи збуту є отримання повноцінної і достовірної інформації про ринок збуту продукції і систему розподілу, виявлення основних проблем для прийняття рішень в процесі управління каналами збуту. Оцінка і відбір посередників направлений на формування ефективно системи каналів збуту, яка складається з визначено переліку оптимальних учасників. До процесів мотивації і регулювання конфліктів відноситься комплекс заходів для того, щоб утримати потрібних підприємству учасників каналу, спонукати їх до підвищення ефективності продажу продукції. Мета контролю і управління комунікаціями є засобом направлення діяльності каналів збуту на сприяння досягненню цілей підприємства.

## ВРАХУВАННЯ ІНОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ВОДОВІДЕДЕННЯ ПРИ ПЛАНУВАННІ ТЕРИТОРІЙ

<sup>1</sup>Артамонов В.В., *д.т.н., професор*, <sup>2</sup>Артамонова А.В., *магістр*,

<sup>3</sup>Татаров Р.В., *аспірант*

<sup>1</sup>НВО «БІОСОФ», Україна

<sup>2</sup>Київський національний університет ім. Т. Шевченка, м.Київ, Україна

<sup>3</sup>Кременчуцький національний університет ім. М. Остроградського,  
м.Кременчук, Україна

При розробці генеральних планів населених пунктів, промислових підприємств та аграрних комплексів першочергова увага приділяється зонуванні території за визначеними розмірами її функціональних частин. Зокрема для споруд очистки стічних вод нормативи стосовно планування територій зобов'язують резервувати для очисних споруд значні ділянки землі.

Продуктивність очисних споруд, тис. м <sup>3</sup> /добу	Площа очисних споруд водовідведення, га		
	Споруди очищення	Мулові площадки	Біоставки доочистки
до 0,7	0,5	0,2	-
< 0,7 до 17	4	3	3
< 17 до 40	6	9	6
< 40 до 130	12	25	20
< 130 до 175	14	30	30
< 175 до 280	18	55	-
< 280	За проектними аналогами		