АКАДЕМІЯ ПРАЦІ, СОЦІАЛЬНИХ ВІДНОСИН І ТУРИЗМУ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ, СОЦІАЛЬНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ТУРИЗМУ

КАФЕДРА МАРКЕТИНГУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА (МАГІСТЕРСЬКА) РОБОТА
на тему:
СКЛАДСЬКА ЛОГІСТИКА В УМОВАХ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГОВОГО СЕРЕДОВИЩА (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»)

здобувача 2 курсу
другого (магістерського) рівня
вищої освіти
спеціальності 075 «Маркетинг»
(освітньо-професійної програми
МАРКЕТИНГ),
денної форми навчання
Пінчук Микола Леонідович

Науковий консультант, к.е.н., доцент
Бабічева Олена Іванівна

Робота допущена до захисту перед АУК рішенням кафедри маркетингу
від «03» лютого 2026 р., протокол № 7.
Завідувач кафедри _____

Київ – 2026

РЕФЕРАТ

Пінчук М.Л. Складська логістика в умовах сучасного маркетингового середовища (на прикладі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК») : кваліфікаційна (магістерська) робота. Київ: АПСВТ, 2026.

Кваліфікаційна магістерська робота на тему «Складська логістика в умовах сучасного маркетингового середовища (на прикладі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»)» складається зі структурованого комп'ютерного набору, містить таблиці, рисунки, список використаних джерел та додатки.

У роботі досліджено теоретико-методологічні та прикладні аспекти функціонування складської логістики як ключової підсистеми логістичної діяльності підприємства в умовах динамічного маркетингового середовища. Обґрунтовано, що склад не є лише місцем зберігання, а виступає операційним і сервісним центром, який забезпечує безперервність товаропросування, формування клієнтського досвіду, підтримку рівня сервісу та реалізацію маркетингових стратегій. Доведено, що трансформації ринку (воєнні ризики, нестабільність попиту, розвиток e-commerce, омніканальність, посилення конкуренції) підвищують вимоги до гнучкості, цифровізації та клієнтоорієнтованості складських процесів.

Дослідження виконане на матеріалах діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» та спрямоване на аналіз організації складських процесів, оцінювання їх результативності за ключовими показниками (KPI), а також визначення впливу маркетингових чинників (сезонність, промо-активність, зміни асортименту, форматів збуту) на роботу складу. У роботі поєднано результати теоретичного узагальнення та прикладного аналізу із застосуванням системного й порівняльного аналізу, логістичного моделювання, KPI-оцінювання, статистичних та економічних методів. Отримані результати дали змогу виявити проблемні зони організації складської логістики та обґрунтувати напрями її модернізації відповідно до маркетингових вимог.

У першому розділі розкрито теоретичні та методологічні основи складської логістики в сучасному маркетинговому середовищі. Визначено сутність, функції та місце складу в логістичній системі підприємства, охарактеризовано логіку формування запасів, організації вантажопотоків і сервісного забезпечення. Досліджено взаємозв'язок складської логістики з маркетинговим середовищем і маркетинг-міксом (зокрема підходом 7P), де склад виступає інструментом реалізації рішень щодо наявності товару, швидкості доставки, сервісу, доступності та підтвердження якості послуг. Узагальнено сучасні підходи до управління складськими процесами (процесний, Lean, Agile, цифровий), а також методи дослідження ефективності через систему KPI та безперервне покращення.

У другому розділі здійснено аналіз організації та ефективності складської логістики на підприємстві ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Надано загальну характеристику підприємства, його логістичної та маркетингової діяльності, визначено особливості інфраструктури та клієнтської орієнтації. Проведено оцінку складських процесів і показників ефективності, що засвідчило зростання інтенсивності використання складських ресурсів, підвищення пропускної здатності

та якості виконання операцій. Водночас ідентифіковано обмеження подальшого підвищення ефективності: недостатній рівень механізації окремих операцій, значна частка ручної праці, кадрові обмеження, ризики помилок і втрат часу при пікових навантаженнях. Окремо проаналізовано вплив маркетингових факторів на функціонування складу, доведено залежність складської стабільності від сезонності попиту, промо-акцій, змін асортиментної політики, а також зростання ролі e-commerce та омніканальних каналів.

У третьому розділі обґрунтовано шляхи оптимізації складської логістики з урахуванням маркетингових вимог. Запропоновано стратегічні напрями інтеграції складської логістики та маркетингової стратегії підприємства через узгодження прогнозування попиту, управління запасами та операційного планування. Доведено доцільність впровадження сучасних цифрових технологій, зокрема інтеграції WMS, ERP та інструментів штучного інтелекту для підвищення прозорості товарних потоків, зниження операційних витрат, скорочення циклу обробки замовлень і зменшення помилок. Розроблено комплекс клієнтоорієнтованих заходів оптимізації складських процесів і наведено економічне обґрунтування їх впливу на результати діяльності підприємства (зростання доходів, прибутковості та продуктивності праці при підвищенні сервісу й адаптивності складу до маркетингових активностей).

У висновках узагальнено результати теоретичного та прикладного дослідження, підтверджено досягнення мети та виконання завдань магістерської роботи. Сформульовано науково обґрунтовані й практично значущі рекомендації щодо розвитку складської логістики як елементу конкурентної переваги підприємства на ринку логістичних послуг України, особливо в умовах воєнної та ринкової турбулентності.

Ключові слова: складська логістика, маркетингове середовище, маркетинг-мікс, логістична система, КПІ омніканальність, штучний інтелект, клієнтоорієнтованість, оптимізація складських процесів, логістичні послуги.

ABSTRACT

Pinchyk M.L. Warehouse logistics in the modern marketing environment (based on the example of DIAD-LOGISTIC LLC): **Qualification (Master's) Thesis. Kyiv: APSVT, 2026.**

The qualification master's thesis on the topic 'Warehouse logistics in the modern marketing environment (based on the example of DIAD-LOGISTIC LLC)' consists of a structured computer set, contains tables, figures, a list of sources used, and appendices.

The thesis explores the theoretical, methodological, and applied aspects of warehouse logistics as a key subsystem of an enterprise's logistics activities in a dynamic marketing environment. It is substantiated that a warehouse is not only a place of storage, but also an operational and service centre that ensures the continuity of goods distribution, the formation of customer experience, the maintenance of service levels and the implementation of marketing strategies. It is proven that market transformations (war risks, demand instability, e-commerce development, omnichannel, increased competition) increase the requirements for flexibility, digitalisation and customer orientation of warehouse processes.

The study was conducted based on the materials of DIAD-LOGISTIC LLC and aimed at analysing the organisation of warehouse processes, evaluating their effectiveness using key performance indicators (KPIs), and determining the impact of marketing factors (seasonality, promotional activity, changes in product range, sales formats) on warehouse operations. The work combines the results of theoretical generalisation and applied analysis with the use of systematic and comparative analysis, logistics modelling, KPI assessment, statistical and economic methods. The results obtained made it possible to identify problem areas in the organisation of warehouse logistics and to justify directions for its modernisation in accordance with marketing requirements.

The first chapter reveals the theoretical and methodological foundations of warehouse logistics in the modern marketing environment. The essence, functions and place of the warehouse in the logistics system of the enterprise are determined, and the logic of inventory formation, cargo flow organisation and service provision are characterised. The interconnection between warehouse logistics and the marketing environment and marketing mix (in particular, the 7P approach) is examined, where the warehouse acts as a tool for implementing decisions regarding product availability, delivery speed, service, accessibility, and confirmation of service quality. Modern approaches to warehouse process management (process, Lean, Agile, digital) are summarised, as well as methods for researching efficiency through the KPI system and continuous improvement.

The second chapter analyses the organisation and efficiency of warehouse logistics at DIAD-LOGISTIC LLC. It provides a general description of the company, its logistics and marketing activities, and identifies the characteristics of its infrastructure and customer orientation. An assessment of warehouse processes and performance indicators was carried out, which showed an increase in the intensity of warehouse resource use, an increase in throughput and the quality of operations. At the same time, limitations to further efficiency improvements have been identified: insufficient mechanisation of

certain operations, a significant proportion of manual labour, staffing constraints, risks of errors and time losses during peak loads. The impact of marketing factors on warehouse operations was analysed separately, and the dependence of warehouse stability on seasonal demand, promotional campaigns, changes in assortment policy, as well as the growing role of e-commerce and omnichannel channels was proven.

The third chapter substantiates ways to optimise warehouse logistics, taking into account marketing requirements. Strategic directions for the integration of warehouse logistics and the marketing strategy of the enterprise are proposed through the coordination of demand forecasting, inventory management and operational planning. The feasibility of implementing modern digital technologies, in particular the integration of WMS, ERP and artificial intelligence tools, to increase the transparency of goods flows, reduce operating costs, shorten order processing cycles and reduce errors is proven. A set of customer-oriented measures for optimising warehouse processes has been developed and an economic justification of their impact on the enterprise's performance (increased revenue, profitability and labour productivity while improving service and warehouse adaptability to marketing activities) has been provided.

The conclusions summarise the results of theoretical and applied research, confirm the achievement of the objectives and completion of the tasks of the master's thesis. Scientifically sound and practically significant recommendations have been formulated for the development of warehouse logistics as an element of the enterprise's competitive advantage in the Ukrainian logistics services market, especially in conditions of military and market turbulence.

Keywords: warehouse logistics, marketing environment, marketing mix, logistics system, KPI omnichannel, artificial intelligence, customer focus, optimisation of warehouse processes, logistics services.

ЗМІСТ

ВСТУП 7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ 11
1.1. Суть, функції та місце складської логістики в логістичній системі підприємства 11
1.2. Взаємозв'язок складської логістики з маркетинговим середовищем та маркетинг-міксом 18
1.3. Сучасні методологічні підходи до управління складськими процесами та методи дослідження 25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» 34
2.1. Загальна характеристика підприємства, його логістичної та маркетингової діяльності 34
2.2. Організація складських процесів, оцінка ефективності за ключовими показниками (KPI) та виявлення проблемних зон 43
2.3. Вплив маркетингових факторів на функціонування складу 49
РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ З УРАХУВАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ВИМОГ 59
3.1. Стратегічні напрями узгодження складської логістики та маркетингової стратегії підприємства 59
3.2. Використання сучасних цифрових технологій та WMS-систем для підвищення ефективності та гнучкості складу 66
3.3. Розробка та економічне обґрунтування комплексу заходів з клієнтоорієнтованої оптимізації складських процесів 71
ВИСНОВКИ 79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 81
ДОДАТОК 88

ВСТУП

Актуальність теми. На сучасному етапі розвитку логістичного сектору в Україні спостерігається високий рівень нестабільності, зумовлений воєнними подіями та їх довготривалими наслідками для економіки. Логістичні компанії стикаються з комплексом викликів, серед яких подорожчання ресурсів і матеріалів, перебудова транспортних маршрутів, а також зниження внутрішнього попиту. За таких умов підприємства вимушені переосмислювати свої бізнес-моделі та впроваджувати нові маркетингові підходи, що трансформують традиційні механізми просування логістичних послуг.

В свою чергу розвиток логістичних систем та цифрової трансформації бізнес-процесів обумовлює суттєве зростання ролі складської логістики як ключового елементу забезпечення безперервності товаропросування, формування клієнтського досвіду та підтримки маркетингових стратегій підприємств. Ефективна інтеграція складських процесів із маркетинговим середовищем дозволяє скорочувати логістичні витрати, підвищувати рівень сервісу та забезпечувати гнучке реагування на зміни у попиті. Для України питання оптимізації складської логістики набувають особливої актуальності у зв’язку зі зміною споживчих моделей, розвитком e-commerce, омніканальних форматів продажу та умовами функціонування бізнесу в умовах воєнного часу, що потребує підвищення стійкості та ефективності логістичних ланцюгів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років проблематиці складської логістики присвячено праці як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників: Бойко Є.О., Сіренко І.В., Трушлякова А.Б., Носар А.А., Луценко, І. С., Матіяш, Д. О., Марченко В. М., Шутюк В.В., Носар, А. А., Петриковець, О. В., Кириченко, А.І, Стрелко, О. Г., Горецький, О. А. та багато інших. Водночас, незважаючи на комплексність зазначених підходів, недостатньо дослідженими залишаються питання інтеграції складської логістики з маркетинг-міксом підприємства, а також практичні аспекти оптимізації складських процесів під впливом сезонності, промо-активності, асортиментної політики та

омніканальності у вітчизняних умовах, що й формує прогалину, якій присвячена дана кваліфікаційна робота.

Мета і завдання дослідження. Метою роботи є обґрунтування та розроблення напрямів оптимізації складської логістики підприємства з урахуванням маркетингових вимог та впливу зовнішнього ринкового середовища. Для досягнення мети роботи сформульовано такі завдання:

– визначити сутність, функції та місце складської логістики у логістичній системі підприємства;

– дослідити взаємозв'язок складських процесів з маркетинговим середовищем і маркетинг-міксом;

– проаналізувати сучасні методичні підходи до управління складськими процесами;

– навести загальну характеристика підприємства, його логістичної та маркетингової діяльності

– дослідити організацію складських процесів, провести оцінку ефективності за ключовими показниками (KPI) та виявлення проблемних зон

– визначити вплив маркетингових факторів на функціонування складу (сезонність, промо-акції, зміни асортименту, омніканальність тощо)

– запропонувати стратегічні напрями інтеграції складської логістики та маркетингової стратегії підприємства

– дослідити використання сучасних цифрових технологій та WMS-систем для підвищення ефективності та гнучкості складу

– надати економічне обґрунтування комплексу заходів з клієнтоорієнтованої оптимізації складських процесів

Об'єкт дослідження – процеси складської логістики підприємства в умовах функціонування на сучасному ринку.

Предмет дослідження – методи, інструменти та механізми оптимізації складських процесів із врахуванням маркетингових факторів та ринкових вимог.

Методи дослідження. У ході роботи застосовано методи системного та порівняльного аналізу (для узагальнення наукових підходів), логістичного

моделювання та KPI-оцінювання (для аналізу складських процесів підприємства), статистичні та економічні методи (для оцінювання ефективності), а також графічні та логіко-структурні методи (для візуалізації та формалізації результатів дослідження).

База дослідження. Емпіричною базою дослідження є діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», яка працює на українському ринку логістичних послуг та здійснює комплексні складські операції, включаючи зберігання, обробку та дистрибуцію товарів різних категорій.

Практична значущість роботи полягає у розробленні для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» комплексу прикладних заходів з оптимізації складських процесів з орієнтацією на підвищення рівня клієнтського сервісу, розвиток омніканальності та забезпечення гнучкості логістичної системи підприємства. Запропоновані рекомендації можуть бути адаптовані та використані іншими підприємствами логістичної галузі в умовах цифрової трансформації та змін ринкового середовища.

Особистий внесок автора полягає у розробленні стратегічних напрямів інтеграції складської логістики та маркетингової діяльності досліджуваного підприємства, а також у формуванні практичних рекомендацій щодо їх реалізації. Автором розроблено блок-схему впровадження модуля штучного інтелекту у WMS-систему складу підприємства в контексті цифровізації складських процесів.

Наукова новизна одержаних результатів полягає в удосконаленні підходу до оцінки впливу ERP-системи UGLA на KPI-показники працівників складу, що дозволяє визначити взаємозв’язок між рівнем цифровізації складських процесів і продуктивністю персоналу. Крім того, розроблено структурну схему інтеграції ERP-системи UGLA з іншими складськими та маркетинговими інформаційними системами підприємства, що сприяє підвищенню узгодженості управлінських рішень у сфері логістики та маркетингу.

Інформаційна база дослідження включає наукові праці українських і зарубіжних авторів, статистичні дані, офіційні звіти підприємств та державних установ, матеріали ринкових оглядів, нормативно-правові акти, а також внутрішню звітність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Структура та обсяг кваліфікаційної магістерської роботи. Магістерська робота містить вступ, три розділи, висновки та список використаної літератури. Робота складається з 94 сторінок, містить 22 таблиці, 21 рисунок та 61 бібліографічних джерела з відповідними посиланнями.

Апробація результатів. Результати дослідження знайшли відображення в науковій публікації, яка була представлена на ІІ Міжнародній науково-практична конференції «Науковий вимір осмислення та пошуку оптимальних моделей розвитку України: маркетинговий, економічний, фінансовий, управлінський та правові аспекти».

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ В СУЧАСНОМУ МАРКЕТИНГОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ

1.1. Суть, функції та місце складської логістики в логістичній системі підприємства

Складська логістика є окремим напрямом загальної логістики та розглядається як науково-практична діяльність, що спрямована на оптимізацію управління матеріальними потоками та пов'язаними з ними фінансовими, інформаційними й сервісними потоками в умовах складу. Охоплюючи всі етапи роботи в цій сфері, складська логістика включає широкий комплекс технологічних операцій, моделювання логістичних процесів на складах і пошук найефективніших рішень для керування такими процесами. Отже, пропонується навести трактування складської логістики в науковій літературі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Сутність поняття «складська логістика» у науковій літературі

Автор	Трактування
Романюк О. [1]	складна діяльність, спрямована на контроль продукції, яка надходить на склад і відправляється з нього далі.
Бойко Є.О., Сіренко І.В., Трушлякова А.Б., Носар А.А. [2]	система раціонального управління складськими площами та запасами, що зберігаються у відповідних приміщеннях.
Луценко І.С., Матіяш Д.О. [3]	невід'ємна частина загальної логістичної системи, яка охоплює приймання товарів, їхнє зберігання, підготовку до відвантаження та передачу споживачам.
Марченко В.М., Шутюк В.В. [4]	вид логістичної діяльності, що координує взаємопов'язані операції з руху матеріальних і супутніх потоків під час приймання, розміщення, зберігання та обліку товарів, а також організації продажу за мінімальних витрат та оптимального розміщення складів у мережі.
Носар А.А. [5]	управління товарними запасами підприємства, ведення їх обліку та оптимальний розподіл ресурсів.
Петриковець О.В., Кириченко А.І., Стрелко О.Г., Горецький О.А. [6]	забезпечення високої якості та ефективності складських операцій шляхом професійного управління усіма процесами.

Джерело: узагальнено автором на основі [1-6]

Підсумовуючи дані табл. 1.1, можна відзначити, що науковці розглядають складську логістику як багатокомпонентну діяльність, яка поєднує організаційні, управлінські та операційні функції. З одного боку, акцент робиться на управлінні рухом товарних запасів у просторі та часі, що включає контроль над надходженням, розміщенням, зберіганням та відправленням продукції. З іншого – підкреслюється необхідність раціонального використання складських площ, матеріальних ресурсів і технічної інфраструктури з метою мінімізації витрат та забезпечення ефективності загальної логістичної системи.

Слід відзначити, що маркетинг та ланцюг постачання взаємодіють через маркетингову логістику, поєднуючи попит (продажі) з пропозицією (виробництвом та доставкою). Маркетинг формує попит, а логістика – забезпечує наявність товару, гарантуючи, що сировина, виробництво, транспортування та доставка клієнту відбуваються ефективно. Співпраця спрямована на створення цінності, зниження витрат та швидке реагування на потреби споживачів

Важливе місце займають аспекти оптимального розподілу запасів і облікових процесів, що вказує на інтеграцію складської логістики з фінансовими та управлінськими підсистемами підприємства. Також простежується розуміння складської логістики як частини ширшої логістичної мережі, що впливає на якість обслуговування споживача та результативність ланцюгів постачання. Загалом зміст трактувань демонструє еволюцію підходів від зосередження лише на виконанні окремих операцій до комплексного управління матеріальними потоками в системі взаємопов’язаних процесів.

Завдання складської логістики розглянути на рисунку 1.1.

Аналізуючи рис. 1.1 видно, що основні завдання складської логістики зводяться до забезпечення безперебійного забезпечення підприємства необхідними ресурсами для виробничих процесів, створення умов для збереження матеріальних цінностей та запобігання їх втратам, а також до оптимізації витрат, пов’язаних з функціонуванням складських комплексів. Таким чином, складська логістика виконує одночасно забезпечувальну, захисну та економічну функції, спрямовані на підвищення ефективності логістичної системи підприємства загалом.



Рис. 1.1. Завдання складської логістики

Джерело: узагальнено автором на основі [7]

Наступним пропонується окреслити основні функції складської логістики (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характеристика функцій складської логістики

Функція	Характеристика
Формування необхідного асортименту	Склад виконує перетворення виробничого набору товарів у той асортимент, який потрібен покупцю, що дає змогу точніше та швидше задовольняти клієнтські замовлення.
Зберігання товарних запасів	Забезпечуються умови, за яких запаси зберігаються належним чином, що мінімізує проміжок між виготовленням продукції та її доставкою користувачеві. Якщо підприємство спеціалізується на складських послугах, воно має гарантувати відповідні режими зберігання для різних груп товарів.
Додаткове логістичне обслуговування	Окрім зберігання, склад може виконувати підготовчі операції, як-от фасування, комплектацію, маркування або адаптацію товару для подальшої реалізації, підвищуючи його придатність до продажу.
Об’єднання вантажних партій	Склад може агрегувати дрібні партії різної продукції у більші вантажні відправлення, що дозволяє одночасно здійснювати доставку кільком клієнтам та ефективно обслуговувати суб’єктів з невеликими обсягами закупівель.

Джерело: узагальнено автором на основі [8]

Аналіз табл. 1.2 демонструє, що функції складської логістики охоплюють не лише операції зі зберігання запасів, а й широкий спектр дій, пов’язаних з адаптацією товарів до потреб споживачів, їхньою підготовкою до реалізації та оптимізацією логістичних потоків. Важливою рисою є трансформаційний характер складської діяльності, адже на складах відбувається перетворення виробничого асортименту в ринковий, що підвищує здатність підприємства оперативно реагувати на запити клієнтів.

Крім того, складська логістика виконує сервісну та координаційну функції, забезпечуючи різні види обробки продукції та формуючи вантажні партії, які сприяють більш раціональній доставці. Узагальнюючи, можна зазначити, що складські функції формують критичну ланку у забезпеченні ефективності логістичного ланцюга, поєднуючи виробництво та споживання через організоване управління матеріальними потоками та обслуговуванням клієнтів.

Після аналізу функціонального призначення складського господарства доцільно перейти до розгляду видів складських приміщень, що використовуються на промислових підприємствах. Відповідну класифікацію складської інфраструктури подано у таблиці 1.3.

Аналізуючи табл. 1.3, слід відзначити, що склади можна класифікувати за різними ознаками, що дає змогу комплексно оцінювати їхню роль у логістичній системі. За напрямами логістики вони поділяються на виробничі, розподільні та постачальні, що відображає їх участь у забезпеченні руху матеріальних потоків на різних етапах. З урахуванням номенклатури продукції виокремлюють склади сировини, компонентів, напівфабрикатів, готової продукції, пакувальних матеріалів та переробленої сировини, що пов'язано зі специфікою товарів, які потребують зберігання.

Також склади можуть розрізнятися за формою власності – бути приватними, державними або комунальними, що визначає адміністративні та правові особливості їх функціонування. За функціональним призначенням виділяють склади тимчасового буферного зберігання, перевантажувальні термінали, комісійні склади для спеціальних вантажів, склади відповідального зберігання, а також митні

та інші спеціальні об’єкти, що демонструє різноманітність логістичних задач, які вони виконують.

Таблиця 1.3

Класифікація складської інфраструктури підприємства

Ознака класифікації	Типи складських об’єктів
За логістичним напрямом	виробничі склади, склади розподілу, склади постачання
За номенклатурою продукції	склади сировини та комплектуючих, склади напівфабрикатів, склади готової продукції, склади пакувальних матеріалів, склади переробленої продукції
За правовим статусом власності	приватні, державні, комунальні
За функціональною роллю	склади буферного зберігання (для незавершеного виробництва), перевантажувальні термінали, спеціалізовані комісійні склади (для специфічних вантажів), склади відповідального зберігання (захист вантажу), митні та інші спеціальні склади
За рівнем спеціалізації	склади широкого асортименту, склади обмеженої номенклатури, вузькоспеціалізовані склади
За охопленням території діяльності	центральні, регіональні, локальні склади

Джерело: узагальнено автором на основі [9]

Рівень спеціалізації впливає на асортимент товарів і може бути широким, обмеженим або вузьким, а масштаби діяльності визначають просторову роль складу – від центральних, що забезпечують значні території, до регіональних і локальних, орієнтованих на конкретні ринки споживачів. Така багатофакторна класифікація дозволяє більш глибоко аналізувати функціонування складської інфраструктури та ефективніше планувати логістичні процеси.

Організація складської логістики відіграє важливу роль у забезпеченні ефективного функціонування підприємства, оскільки через склад проходять матеріальні потоки, пов’язані з виробництвом, постачанням і збутом. Склад не лише виконує функції зберігання, а й забезпечує операції з приймання, обробки та відвантаження вантажів, що дає можливість підтримувати безперервність виробничих процесів та своєчасне постачання продукції споживачам. Завдяки формуванню запасів підприємство може вирівнювати попит, реалізовувати стратегію виходу на нові ринки та підтримувати стабільність збуту.

Ефективно організована складська логістика сприяє оптимізації витрат, підвищенню продуктивності, гнучкості постачання та рівня сервісу, що позитивно впливає на результати господарської діяльності підприємства (рис. 1.2).

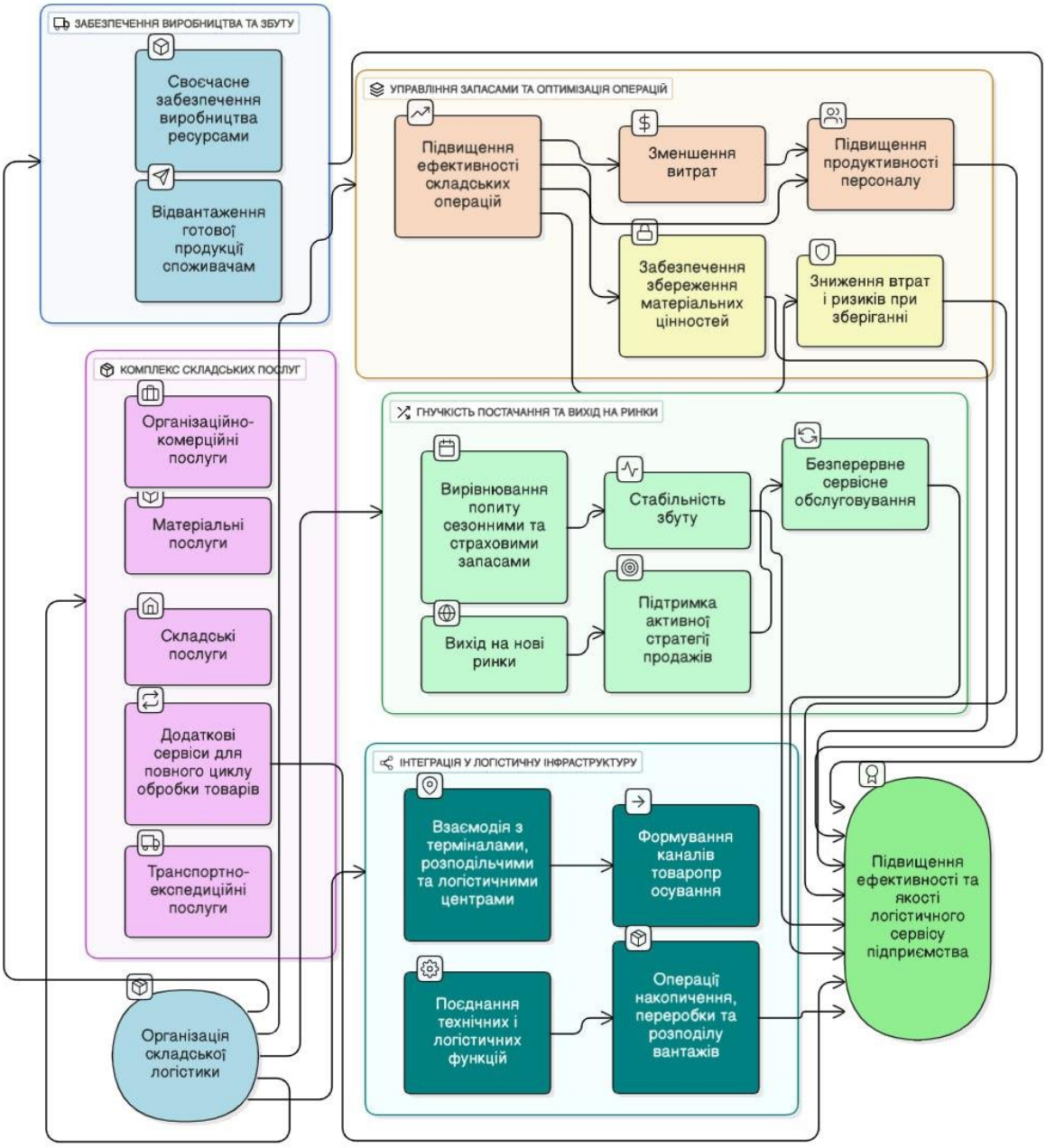


Рис. 1.2. Блок-схема організації складської логістики підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [9-10]

Складська логістика в сучасній логістичній системі підприємства посідає ключове місце, оскільки через неї проходять основні матеріальні потоки. Склад виконує не лише функцію зберігання вантажів, але й забезпечує їх навантаження,

розвантаження та подальшу обробку, що дозволяє підтримувати безперервність виробничих і збутових процесів. Завдяки цьому склад виступає центральною ланкою, яка пов’язує виробництво з транспортною та збутовою логістикою, формуючи структурний вузол між постачальниками, підприємством і споживачами (рис. 1.3.).

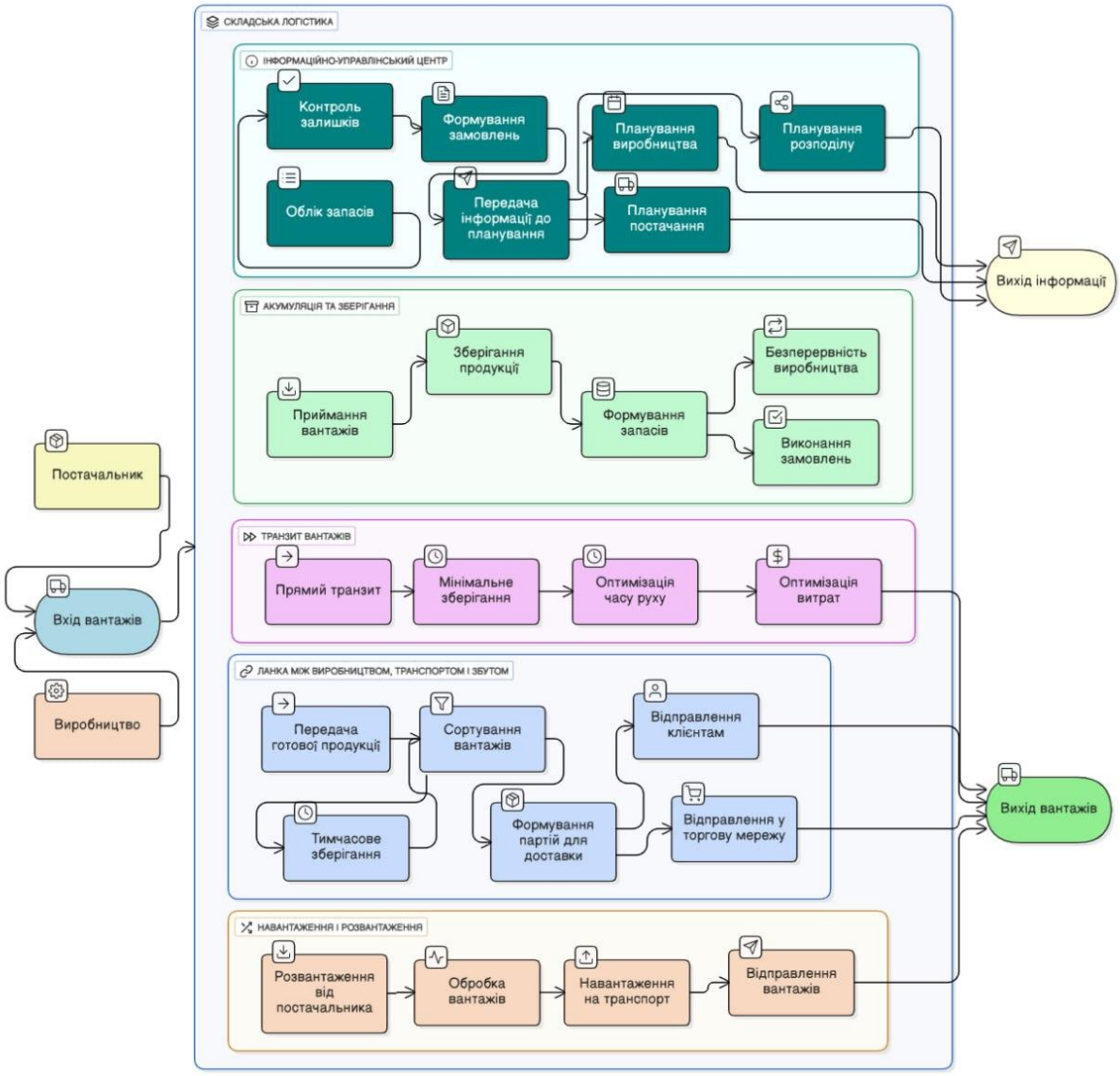


Рис. 1.3. Блок-схема місця складського логістики в логістичній системі сучасного підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [11-12]

Отже, крім транзитної та буферної ролі, склад виконує інформаційну та управлінську функцію, пов’язану з обліком товарних залишків, плануванням поповнення запасів і формуванням відвантажувальних партій. Усі ці процеси

забезпечують адаптивність підприємства до змін попиту, підвищують якість логістичного сервісу та сприяють оптимізації витрат. Таке місце складської логістики робить її невід'ємним елементом сучасної логістичної інфраструктури підприємства та важливою умовою ефективної взаємодії всіх учасників логістичного ланцюга.

1.2. Взаємозв'язок складської логістики з маркетинговим середовищем та маркетинг-міксом

У роботі сучасного логістичного підприємства маркетинг та логістика діють у взаємозв'язку, утворюючи спільний механізм. Маркетинг забезпечує формування та стимулювання попиту на продукцію, а логістика виконує його задоволення шляхом раціональної організації постачання й розподілу товарів (рис. 1.4), що дає змогу створювати конкурентні переваги, засновані не лише на характеристиках продукції, а й на результативності логістичних операцій.



Рис. 1.4. Схема взаємозв'язку маркетингу та логістики в логістичній діяльності підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [13-15]

Такий взаємозв'язок дає можливість формувати дієві канали збуту, забезпечувати потрібний рівень обслуговування та оперативно реагувати на запити споживачів, що в результаті сприяє підвищенню конкурентних позицій

підприємства на ринку. В табл. 1.4 наведено більш детальний розгляд змісту маркетингової логістики (табл. 1.4).

Таблиця 1.4

Сутність маркетингової логістики в наукові літературі

Автори	Трактування
Величко О., Величко Л., Бутко М., Халатур С. [16]	Трактується як система стратегічних управлінських рішень, що забезпечує узгоджене використання маркетингових інструментів і логістичних операцій для формування конкурентних переваг підприємства.
Гарасим П., Герасименко О. [17]	Ґрунтується на забезпеченні збалансованої та стійкої моделі управління, у якій логістичні потоки синхронізуються з маркетинговими цілями розвитку підприємства.
Грищенко О.В., Кірєєв В.С., Дуброва Л.І., Яненко М.Б., Вакуленко Р.Ю. [18]	Визначається як діяльність із планування, організації та контролю матеріальних й інформаційних потоків у поєднанні з маркетинговими функціями для підвищення ефективності підприємства.
Коніщева Н.Й., Трушкіна Н.В. [19]	Розглядається як управлінський інструмент логістичної діяльності промислових підприємств, що забезпечує координацію виробничих, збутових та маркетингових процесів.
Коломицева О.В., Яковенко В.С. [20]	Виступає механізмом ефективного управління системами логістичного розподілу, спрямованим на оптимізацію постачання продукції та задоволення попиту.

Джерело: узагальнено автором на основі [16-20]

Опрацювання наукових джерел проведене в табл. 1.4 показує, що поняття маркетингової логістики подається дослідниками як багатокомпонентна система, яка поєднує стратегічне управління, забезпечення стабільності та збалансованості, організацію й регулювання потокових процесів, а також удосконалення механізмів розподілу з метою підвищення конкурентоспроможності підприємств. Характеристика ключових маркетингових технологій, що використовуються логістичними компаніями у своїй практичній діяльності наведена в табл. 1.5.

У підсумку можна зазначити, що використання маркетингових технологій у сфері логістики не лише удосконалює операційну діяльність, а й відкриває нові перспективи для стратегічного зростання компаній. Застосування таких інструментів забезпечує підвищення якості управління, покращує рівень сервісу, сприяє адаптації до сучасних ринкових умов та формує довготривалі конкурентні переваги. Для українських логістичних операторів цей напрям є особливо

актуальним, оскільки дозволяє не лише зміцнювати позиції на національному ринку, а й активно виходити на міжнародну арену.

Таблиця 1.5

Характеристика використання маркетингових технологій в діяльності логістичних компаній

Напрям взаємодії	Характеристика
Автоматизація процесів	Дозволяє мінімізувати вплив людського фактора, скорочувати помилки та прискорювати виконання планових і управлінських операцій, що позитивно впливає на продуктивність логістичної системи.
Інтернет речей (IoT)	Забезпечує безперервний моніторинг стану товарів і транспортних одиниць, сприяє прогнозуванню попиту, зменшує ймовірність втрат і підвищує рівень користувацького сервісу.
Інтеграція з IT-технологіями	Використання сучасних цифрових систем дає можливість координувати переміщення вантажів, контролювати товарні запаси й об'єднувати усі етапи логістичного ланцюга в єдину інформаційну структуру для швидкого обміну даними та прийняття рішень.
Роботизація та автоматизація складів	Сприяє суттєвому зниженню витрат на складські операції, забезпечує високу точність виконання замовлень та покращує якість сервісу через підвищення швидкості та надійності процесів.
Аналіз великих даних (Big Data)	Дозволяє глибоко досліджувати потреби клієнтів, ринкову динаміку та ефективність логістичних процесів, що допомагає оптимізувати ланцюги постачання, скорочувати ресурсні витрати та формувати індивідуальні пропозиції для споживачів.
Цифровий маркетинг	Використання інтернет-платформ (соціальних мереж, вебсайтів, мобільних застосунків) забезпечує збір важливої інформації про клієнтів та створення персональних маркетингових кампаній, орієнтованих на окремі групи споживачів.
Мобільні технології в управлінні логістикою	Дають можливість відслідковувати виконання замовлень у режимі онлайн, оперативно коригувати маршрути доставки та реагувати на нові запити клієнтів, підвищуючи гнучкість логістичних операцій.
Блокчейн-технології	Забезпечують прозорість та незмінність інформації про товари, транспортування та операції, що підвищує довіру між учасниками логістичного ланцюга та клієнтами.

Джерело: узагальнено автором на основі [21]

На рис. 1.5 показано взаємозв'язок складської логістики та маркетингового середовища.

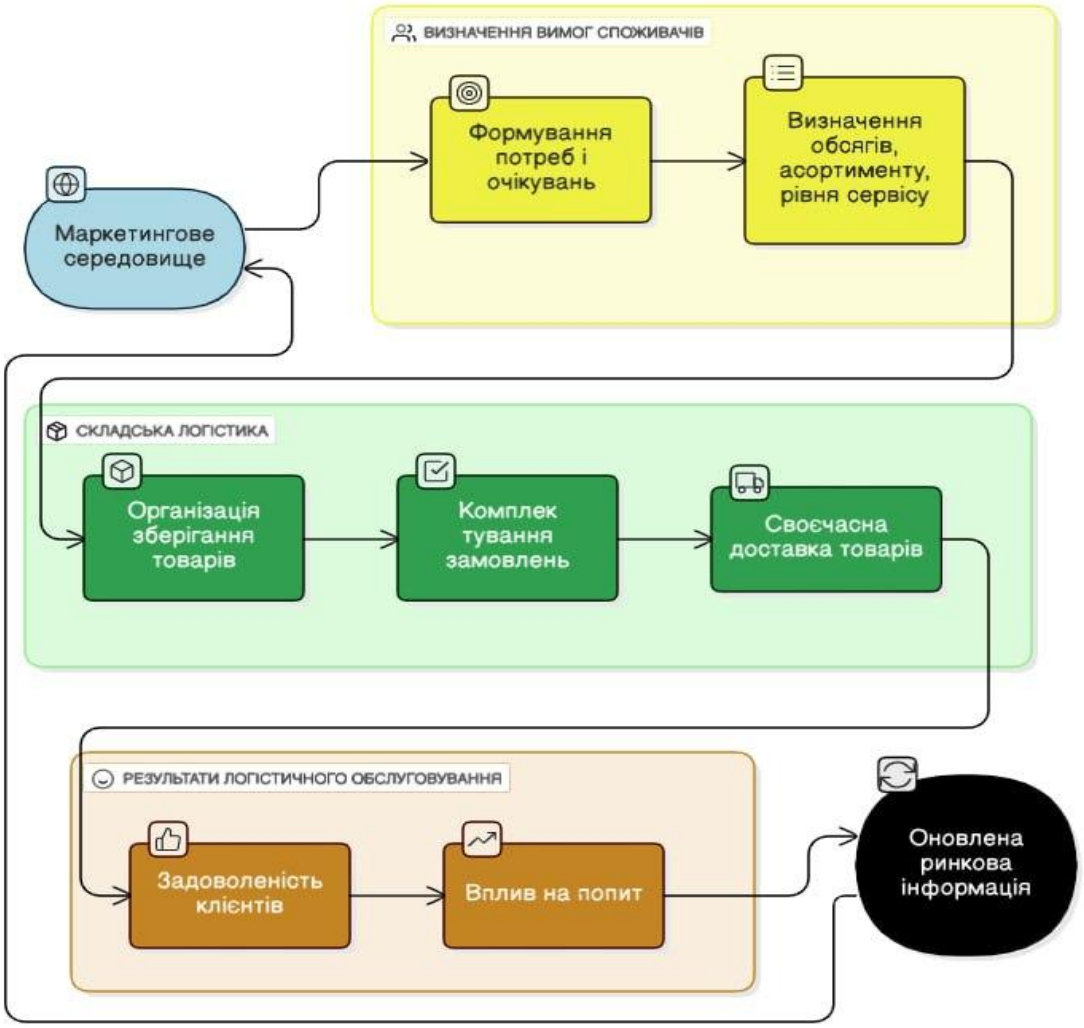


Рис. 1.5. Схема взаємозв'язку складської логістики та маркетингового середовища

Джерело: узагальнено автором на основі [22-23]

Отже, маркетингове середовище формує ринковий попит, визначає потреби споживачів, очікуваний рівень сервісу, швидкість доставки та ширину асортименту. На основі цих вимог складська логістика планує обсяги запасів, вибудовує системи комплектування товарів, забезпечує їх належне зберігання і підготовку до відвантаження. Дані про попит і поведінку клієнтів дають змогу визначити необхідні канали розподілу та графіки постачання, що впливає на структуру складських запасів та їх ротацію. У свою чергу складська логістика забезпечує своєчасне переміщення і доставку продукції, підтримує стабільний

рівень обслуговування та виконує функції збереження товару, що дозволяє підприємству фактично реалізувати маркетингові рішення на ринку.

Зворотний матеріальний і інформаційний потік від складу надходить у маркетингове середовище, забезпечуючи актуальні дані щодо обігу товарів, рівня сервісу, витрат та швидкості доставки. На основі цієї інформації уточнюється попит, коригується асортимент, оновлюються комунікаційні та збутові стратегії. Така взаємодія створює замкнений цикл узгодження ринкових очікувань і логістичних можливостей, що сприяє задоволенню потреб клієнтів і зміцненню конкурентних позицій підприємства.

Перед тим як визначити взаємозв'язок складського логістики та маркетинг-мікс, пропонується більш детальніше охарактеризувати ключові елементи 7P (табл. 1.6).

Таблиця 1.6

Характеристика основних елементів маркетинг-мікс 7P

Елемент 7P	Характеристика
Product (товар/послуга)	Позиція підприємства на ринку, що охоплює властивості, якість, асортимент та корисність продукту або послуги для споживача.
Price (ціна)	Грошова оцінка товару чи послуги, що враховує витрати, попит, конкурентне середовище та забезпечує прибутковість підприємства.
Place (місце / розподіл)	Канали та способи доведення товару або послуги до кінцевого споживача, включаючи логістику, збут та доступність.
Promotion (просування)	Інструменти комунікації підприємства зі споживачем, спрямовані на інформування, стимулювання інтересу та формування попиту.
People (люди / персонал)	Працівники, що забезпечують створення та надання послуг, які впливають на якість сервісу та взаємодію зі споживачами.
Process (процес)	Послідовність операцій із надання послуги або реалізації продукту, що визначає швидкість, комфорт та передбачуваність для клієнта.
Physical evidence (фізичний доказ)	Матеріальні елементи, що підтверджують існування послуги або якість товару, такі як інтер'єр, обладнання, атрибутика, упаковка, документи.

Джерело: узагальнено автором на основі [24-26]

З табл. 1.6 видно, що комплекс маркетингу 7P охоплює ключові елементи впливу підприємства на ринок і споживача, забезпечуючи можливість комплексного управління як зовнішніми, так і внутрішніми факторами діяльності. Поєднання товарної, цінової, збутової та комунікаційної політик дозволяє підприємству формувати конкурентоспроможну ринкову пропозицію, тоді як

елементи, пов’язані з персоналом, процесами та матеріальними підтвердженнями, забезпечують якість сервісного обслуговування і сприяють підвищенню довіри споживача до бренду.

Отже, слід відзначити, що узгоджене використання усіх складових 7Р допомагає підприємству не лише задовольняти потреби клієнтів, але й адаптувати свою діяльність до ринкових умов, формувати позитивний досвід взаємодії зі споживачами та забезпечувати досягнення стратегічних цілей на ринку. Маркетинг-мікс 7Р впливає на роботу складської логістики через вимоги до товару, цінової політики, каналів розподілу та інструментів просування (рис.1.6). Відповідно саме складська логістика забезпечує матеріальну реалізацію цих маркетингових рішень, виконуючи функції зберігання, комплектування, товаропідготовки та доставки. Елементи 7Р, пов’язані з персоналом, процесами та фізичними підтвердженнями, формують рівень сервісу, від якого залежить оцінка клієнтом отриманого продукту.

Зворотній потік інформації від складської системи надходить до маркетингу, уточнюючи дані про попит, ефективність каналів збуту, реакцію споживачів і витрати, що дозволяє коригувати товарну, цінову та комунікаційну політику. Така взаємодія створює замкнений цикл узгодження між логістичними можливостями та ринковими вимогами, забезпечуючи конкурентоспроможність підприємства і стабільне задоволення потреб споживачів.

Підсумовуючи результати дослідження слід відзначити, що маркетингове середовище визначає ринковий попит, вимоги до швидкості, сервісу та асортименту, а складська логістика адаптує під ці вимоги обсяги запасів, процеси комплектування, відповідальні операції зберігання й відвантаження. Зворотний інформаційний потік від логістики дає маркетингу дані для коригування асортиментної, збутової та комунікаційної політики.

Елементи маркетинг-мікс 7Р, поєднують не лише товарні, цінові, збутові та комунікаційні складові, а й персонал, процеси та фізичні докази, що формують сервісну якість і сприйняття бренду.

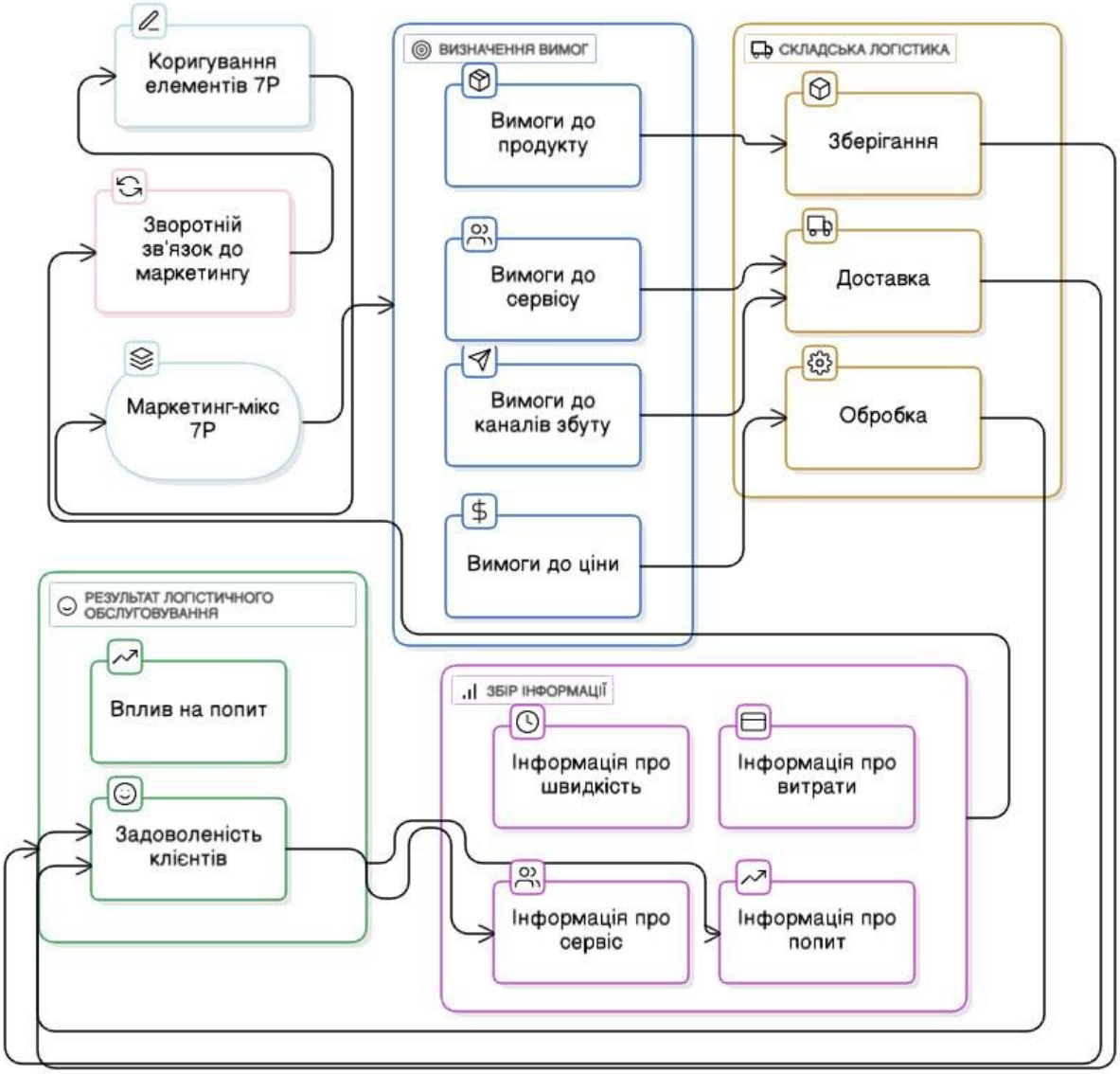


Рис. 1.6. Схема взаємозв’язку складської логістики та маркетинг-мікс 7P

Джерело: узагальнено автором на основі [27-29]

Зв’язок між 7P і складською логістикою проявляється у тому, що маркетингові рішення задають вимоги до логістичних операцій, а складська логістика забезпечує їх матеріальне виконання. Завдяки зворотному потоку даних досягається узгодження логістичних можливостей і ринкових очікувань, створюючи замкнений цикл адаптації, який підвищує конкурентоспроможність підприємства та задоволеність споживачів.

1.3. Сучасні методологічні підходи до управління складськими процесами та методи дослідження

У сучасних умовах глобалізації та швидких змін ринку склад виконує не лише роль місця зберігання, а й виступає центром логістичної координації, що впливає на конкурентоспроможність підприємства. Від рівня організації складських процесів залежить швидкість обслуговування клієнтів, оптимізація витрат і стабільність постачання. Склад – це комплекс взаємопов’язаних процесів і об’єктів, які забезпечують ефективне зберігання, переміщення та управління товарно-матеріальними цінностями (ТМЦ). До його складу входять не лише приміщення для зберігання продукції, а й транспортна та комунікаційна інфраструктура, під’їзні шляхи, адміністративні будівлі, гаражі, допоміжні та технічні приміщення тощо.

Основними завданнями складу є збереження матеріальних запасів, забезпечення своєчасного постачання продукції споживачам та підтримання безперервності виробничих процесів. Сучасне складське господарство постійно розвивається, впроваджуючи нові технології автоматизації, цифрового обліку та управління потоками матеріалів. Завдяки цьому воно перетворюється з допоміжної ланки логістики на стратегічний елемент ефективної системи управління запасами підприємства. Тому склади є не тільки приміщенням для складування та зберігання вантажів. Вони є транспортно-складськими комплексами, що виконують велику кількість операцій, пов'язаних із переміщеннями вантажів [30]. У складських комплексах перетворюються вантажопотоки, змінюються характеристики вантажів, що відвантажуються за кількістю, складом і обсягом, і т.д.

Розвиток електронної комерції та маркетплейсів сформував нові вимоги до складських процесів, стимулюючи їх цифровізацію, автоматизацію та підвищення ефективності, що обумовило необхідність пошуку методологічних підходів до управління складом, що дозволяють враховувати як технічні, так і організаційні фактори функціонування логістичної системи. В табл. 1.7 наведено основні методологічні підходи до складського управління.

Таблиця 1.7

Характеристика ключових методологічних підходів управління складом на підприємстві

Методологічний підхід	Характеристика	Переваги	Недоліки
Традиційний (послідовний)	Управління базується на детальному описі бізнес-процесів, формуванні технічних вимог та покроковому впровадженні змін	Висока передбачуваність, формалізація процесів, чіткість відповідальності	Низька гнучкість, тривалий період впровадження, високі витрати на аналіз
Процесний	Склад розглядається як система взаємопов'язаних процесів з вимірюваними результатами та чіткими входами/виходами	Підвищення прозорості операцій, можливість оптимізації потоків, покращення контролю	Потребує побудови системи KPI та інструментів вимірювання
Agile-підхід (гнучкий)	Управління складом здійснюється через ітераційні оновлення, швидкі зміни та адаптацію під запити бізнесу	Висока адаптивність до коливань попиту, скорочення часу впровадження, покращення комунікації	Менша формалізація, потребує високої залученості персоналу
Лін-підхід (Lean Logistics)	Орієнтується на усунення втрат, зниження надлишкового руху, оптимізацію запасів та підвищення продуктивності	Скорочення витрат, прискорення процесів, зменшення помилок	Потребує перебудови культури та навчання персоналу
Автоматизований / цифровий	Побудований на використанні WMS, сканерів, RFID, роботизації, IoT-датчиків та штучного інтелекту	Мінімізація людського фактору, висока точність, масштабованість	Високі інвестиції, потреба в технологічних компетенціях
Інтегрований (комбінований)	Поєднує елементи традиційного, процесного, Agile та цифрового підходів	Баланс стабільності та гнучкості, адаптація під специфіку підприємства	Складність координації, потреба в системній аналітиці

Джерело: узагальнено автором на основі [31-32]

Сучасні методології управління складськими процесами охоплюють проєктування складської інфраструктури, оптимізацію використання площі та впровадження інформаційних систем обліку та контролю. Проєктування складських приміщень базується на вимогах раціонального розміщення запасів, скорочення часу переміщень та оптимізації логістичних маршрутів усередині складу. Недостатньо ефективне планування простору призводить до надлишкових

витрат, затримок та порушення сервісного рівня. Тому одним із ключових завдань є аналіз використання площі з метою виявлення неактивних зон, підвищення щільності зберігання та впровадження системи адресного складування.

Значну роль відіграє зонування складського простору, яке передбачає функціональний поділ території на зони приймання, зберігання, комплектації, контролю якості, упаковки та відвантаження. Таке зонування забезпечує логічну послідовність обробки товарів і мінімізує зустрічні потоки. Додатковою вимогою є виділення зони браку та невідповідної продукції, що підвищує рівень контролю та гарантує якість виконання замовлень. Важливим аспектом також є вибір пакувальних рішень, які впливають на використання об’єму, вартість складських операцій та безпеку товарів під час транспортування [32].

Важливою сучасною тенденцією є автоматизація складських процесів, що охоплює як застосування спеціалізованої техніки (штабелери, конвеєри, роботизовані системи відбору), так і інтеграцію інформаційних технологій (WMS, штрих-кодування, RFID, IoT-датчики). Автоматизація дозволяє знизити кількість помилок, підвищити точність обліку, забезпечити кращий контроль запасів та прискорити виконання операцій. Проте вона потребує значних інвестицій та кваліфікованого персоналу, що зумовлює важливість попереднього техніко-економічного аналізу [33].

З методологічної точки зору, у практиці проєктування складських систем застосовуються різні підходи. Традиційний підхід базується на послідовному зборі вимог, аналізі бізнес-процесів, розробці технічного завдання та його впровадженні. Він забезпечує передбачуваність результатів, але не завжди достатньо гнучкий для роботи в умовах швидких змін. Альтернативою виступають гнучкі підходи, запозичені з IT-сфери, зокрема Agile-методології, що передбачають ітераційне проєктування, швидку адаптацію до нових вимог та постійну комунікацію учасників процесу [34]. Комбінація традиційного та гнучкого підходів дозволяє збалансувати ретельність аналізу з оперативністю впровадження та врахувати особливості підприємства.

Важливо відзначити, що сучасні дослідження складських систем активно інтегрують елементи штучного інтелекту та інтернету речей, що відкриває можливості прогнозування попиту, управління запасами на основі аналітичних моделей, оптимізації логістичних маршрутів та контролю умов зберігання через сенсорні мережі. Одним з ключових інструментів оцінювання ефективності складських процесів є система ключових показників ефективності (КПІ), що дозволяє вимірювати внесок працівників і підрозділів у кінцевий результат. Працівники отримують можливість впливати на власні доходи, керівники – інструменти контролю та оперативного управління, а клієнти – більш стабільний сервіс.

Приклади показників КПІ для працівників складу більш детальніше наведено в табл. 1.8.

Таблиця 1.8

Характеристика КПІ працівників складу на підприємстві

Категорія працівників	Характеристика КПІ
Керівник складу	– рівень претензій клієнтів щодо роботи складу; – частка помилкових відвантажень у загальному обсязі замовлень; продуктивність персоналу; – точність розміщення та обліку товарів; – витрати на виконання складських операцій; – частка замовлень, відвантажених без зауважень; – своєчасність виконання відвантажень
Приймальник товарів	– швидкість оформлення прибуткових документів; – кількість неточностей при прийманні; – час обробки партії товару; – обсяг і кількість прийнятої продукції (рядів, коробів, ваги тощо)
Комірник (комплектувальник)	– обсяг зібраних товарних позицій; – швидкість комплектування; – складність обробки товару залежно від номенклатури; – кількість помилок у відборі
Контролер відвантажень (контроль якості)	– обсяг перевіреної продукції; час контролю; рівень виявлених помилок; точність контролю при відвантаженні
Пакувальник	– кількість зауважень до якості пакування; – кількість упакованих відправлень; – відповідність пакування стандартам безпеки
Вантажник	– кількість розкладених відправок відповідно до маршрутів; – кількість завантажених коробів у транспорт; – рівень рекламацій, пов’язаних із неналежним завантаженням

Джерело: узагальнено автором на основі [35-36]

Узагальнюючи результати табл. 1.8, можна стверджувати, що введення системи КПІ для різних категорій складського персоналу забезпечує комплексну оцінку ефективності роботи складу та дозволяє узгодити індивідуальні результати працівників із загальними цілями підприємства. Показники для кожної посади відрізняються за змістом і відображають специфіку виконуваних операцій: керівник складу відповідає за загальну якість сервісу, організацію процесів та мінімізацію витрат; приймальник — за точність і оперативність приймання товарів; комірник і контролер за відбір та контроль безпомилкової комплектації; пакувальник за відповідний стан товару при підготовці до відправлення; вантажник за правильність і безпечність завантаження відправлень.

Система показників охоплює як кількісні (обсяг операцій, швидкість, продуктивність), так і якісні параметри (точність, відсутність рекламацій, дотримання стандартів). Такий підхід забезпечує прозорість оцінювання, сприяє підвищенню дисципліни, зменшенню помилок, покращенню сервісу для клієнтів та оптимізації витрат на логістику. Крім того, КПІ створюють мотиваційний механізм, що стимулює персонал до підвищення продуктивності та відповідальності за результат, що є важливим фактором конкурентоспроможності складських систем у сучасних умовах. Отож, впровадження системи показників KPI сприяє підвищенню продуктивності складу, зниженню операційних витрат і покращенню взаємодії всіх ланок логістичного ланцюга.

Перед початком аналізу необхідно визначити систему показників, за якими оцінюється ефективність роботи складу (табл. 1.9). У дослідженні будуть використані індикатори, сформовані на основі напрацювань з наукових джерел. Узагальнені показники доцільно представити у вигляді таблиці. Для їх математичного обчислення застосовуються такі позначення:

– Sпол – корисна площа, призначена безпосередньо для розміщення вантажів;

– Sобщ – загальна площа складського приміщення;

– Sгр – площа, що використовується під вантажні операції;

– Sпв – ефективна висота складу, тобто висота стелажного обладнання;

– Sпс – повна площа складу;

– Нвс – конструктивна висота від підлоги до елементів перекриття;

– Vпол – корисний об’єм, доступний для зберігання продукції;

– Vзаг – загальний об’єм складського приміщення;

– Тбор – товарообіг за обраний часовий інтервал (доба, місяць, рік);

– Сср – середня вартість однієї тонни вантажу;

– Г – обсяг оброблених вантажів за період;

– Sзанят – площа, фактично зайнята товаром;

– Q – кількість (у тоннах) відвантаженої продукції за часовий період Т;

– Qтов – максимально можливий обсяг товару (у тоннах), який може бути розміщений на складі.

Таблиця 1.9

Характеристика показників ефективності використання складу підприємства

Показник	Формула	Характеристика показника
Коефіцієнт використання складської площі	Кпл = Sгр / Sзаг	Частка площі, що використовується під вантажі, від загальної площі складу
Корисний об’єм складу	Vкор = Sгр × Нстел	Максимальний об’єм запасів з урахуванням висоти стелажів
Загальний об’єм складського приміщення	Vзаг = Sзаг × Нконстр	Геометричний об’єм приміщення складу
Коефіцієнт використання об’єму складу	Коб = Vкор / Vзаг	Ступінь задіяності висоти складських приміщень
Вантажооборот складу	G = Ттов / Ссер	Обсяг товарів, що пройшли через склад за період
Питомий вантажооборот	Gпит = G / Sзаг	Кількість вантажів на 1 м² складської площі
Обіговість складу	О = Q / Qмакс × Т	Частота повного оновлення запасів протягом періоду

Джерело: узагальнено автором на основі [37-38]

Отже, показники наведені в табл. 1.9 дають змогу визначити, наскільки раціонально підприємство використовує наявну площу та висоту приміщення, чи відповідає фактичне навантаження пропускній спроможності складу та як інтенсивно оновлюються товарні запаси. Окремі індикатори дозволяють оцінити динаміку товарних потоків і встановити оптимальний рівень завантаження складських площ. Таким чином, застосування системи показників забезпечує можливість обґрунтованого управлінського контролю, сприяє підвищенню

логістичної ефективності та створює передумови для оптимізації складських процесів відповідно до вимог ринку.

Методологія управління складськими процесами на підприємстві більш детально візуалізована в блок-схемі, яка наведена на рис. 1.7.

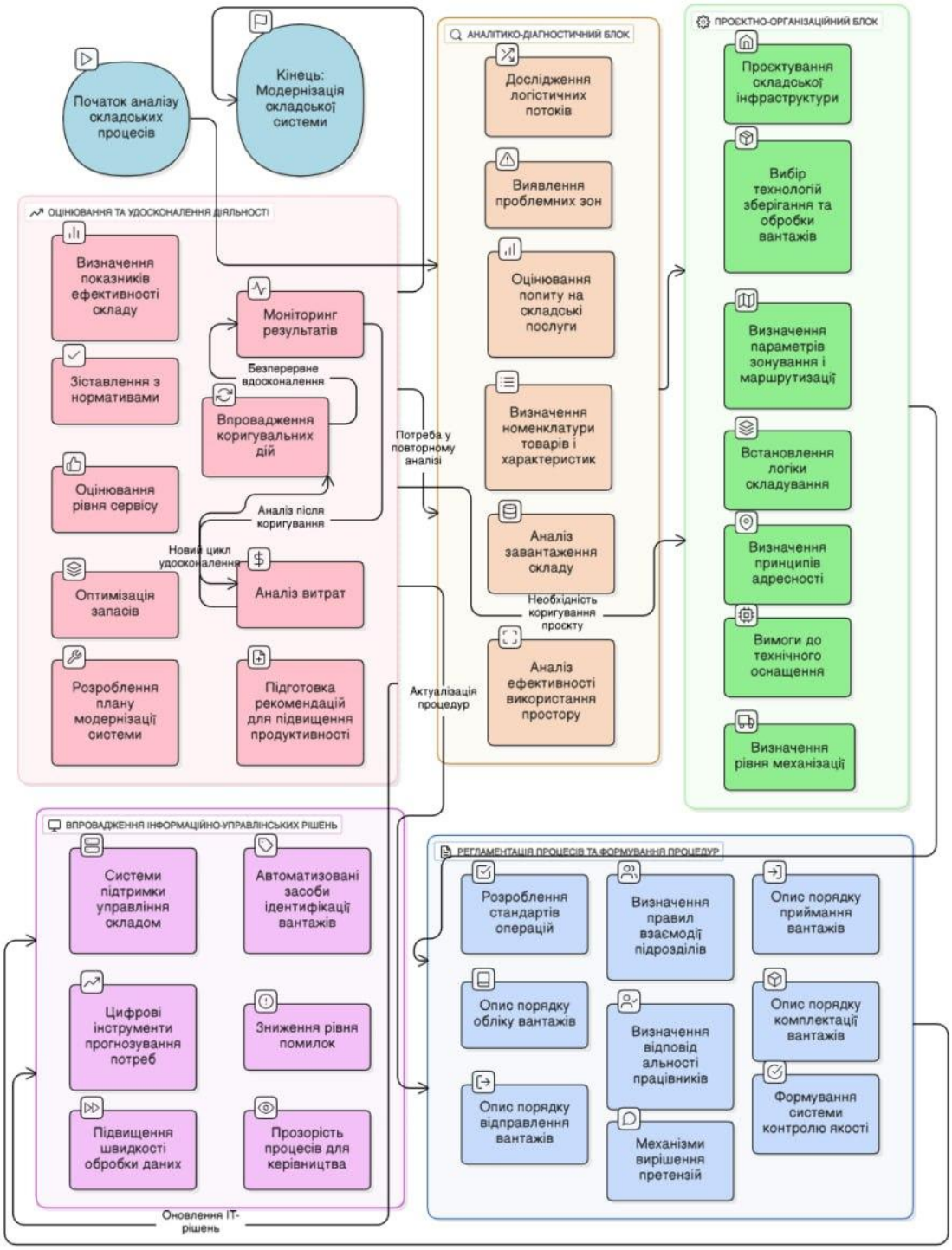


Рисунок 1.7 – Блок-схема методології управління складськими процесами підприємства

Джерело: узагальнено автором на основі [39-40]

Отже, застосування поетапної методології управління складськими процесами забезпечує системність організації роботи складу та дозволяє узгодити технічні, організаційні й управлінські аспекти логістичної діяльності підприємства. Послідовний перехід від аналізу існуючих процесів до їх проєктування, регламентації, цифровізації та оцінювання результатів формує замкнений цикл удосконалення складських операцій. Такий підхід сприяє підвищенню продуктивності, зниженню витрат, мінімізації помилок і підвищенню рівня сервісу для клієнтів.

Важливо, що впровадження інформаційних та автоматизованих рішень стає не лише інструментом оптимізації, а й необхідною умовою конкурентоспроможності на сучасному логістичному ринку. Зазначена схема дозволяє підприємству гнучко реагувати на зміни попиту, швидко адаптувати внутрішні процеси та забезпечувати стабільність функціонування складської системи в умовах зростаючих вимог до швидкості та якості логістичних послуг.

Висновки до розділу 1.

Визначено, що складська логістика посідає центральне місце в логістичній системі підприємства, оскільки саме на складі зосереджуються ключові операції з руху, зберігання, перетворення та обліку матеріальних потоків. Вона поєднує організаційні, управлінські й технологічні функції, трансформуючи виробничий асортимент у ринковий і забезпечуючи потрібний рівень запасів, сервісу та надійності постачання. Різні типи складів та їх класифікаційні ознаки дають змогу гнучко будувати інфраструктуру під специфіку товарів, масштаб діяльності та територіальне охоплення. Ефективна організація складської логістики дозволяє мінімізувати витрати, уникати втрат і перебоїв у постачанні, підтримувати безперервність виробничих і збутових процесів, а отже безпосередньо впливає на результативність усієї логістичної системи підприємства.

Досліджено, що маркетингове середовище та маркетинг-мікс формують вимоги до роботи складської логістики, а склад, у свою чергу, є інструментом реалізації маркетингових стратегій на практиці. На основі попиту, очікуваного рівня сервісу, вимог до асортименту та швидкості доставки плануються обсяги

запасів, канали збуту, формати обробки та відвантаження товарів. Складська логістика матеріалізує рішення за всіма елементами 7P – забезпечує наявність потрібного товару, реалізацію цінових стратегій, доступність у місці продажу, підтримку сервісних процесів і підтвердження якості через фізичні докази. Використання сучасних маркетингових та цифрових технологій у логістиці посилює цю взаємодію, дозволяючи краще розуміти поведінку клієнтів, адаптувати логістичні процеси до змін ринку та формувати стійкі конкурентні переваги. У результаті між маркетингом і складською логістикою формується замкнений цикл обміну інформацією, який забезпечує узгодженість ринкових рішень і логістичних можливостей підприємства.

Визначено, що сучасні методологічні підходи до управління складськими процесами показують перехід від простого «зберігання товарів» до системного управління складським комплексом як стратегічним елементом логістики. Використання різних управлінських моделей – від традиційних та процесних до Agile, Lean і цифрових – дозволяє підприємству обирати або комбінувати інструменти відповідно до рівня складності операцій, динаміки попиту та технологічних можливостей. Система КПІ та показників ефективності використання площі, об’єму й вантажопотоків дозволяє не лише оцінити поточний стан роботи складу, а й виявити «вузькі місця» та обґрунтовано планувати удосконалення. Поетапна методологія управління складськими процесами формує замкнений цикл безперервного покращення, який забезпечує зростання продуктивності, зменшення витрат, підвищення якості сервісу та довгострокову конкурентоспроможність підприємства в умовах мінливого ринкового середовища.

РОЗДІЛ 2
АНАЛІЗ ОРГАНІЗАЦІЇ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

2.1. Загальна характеристика підприємства, його логістичної та маркетингової діяльності

ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» є логістичним оператором, який спеціалізується на наданні послуг відповідального зберігання, обробки замовлень, крос-докінгу та внутрішніх і міжнародних вантажоперевезень. Компанія динамічно розвивається, постійно розширюючи спектр логістичних рішень і географію діяльності. Почавши з невеликих складських площ та одного клієнта, підприємство поступово сформувало широку клієнтську базу, розширило інфраструктуру та інвестувало у власний автопарк.

У процесі розвитку компанія відкрила представництва в різних регіонах України, впровадила магістральні перевезення, запустила міжнародні логістичні маршрути, а також розширила складські зони для різних категорій товарів, включно з харчовою продукцією. ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» активно працює з великими торговельними мережами, виробниками та дистриб'юторами, бере участь у тендерах та укладає довгострокові контракти, що свідчить про високу довіру ринку та стабільність партнерських відносин. Компанія також розвиває напрям імпорту продуктів харчування із країн Європи, забезпечуючи комплексний логістичний супровід – від митної документації до температурних перевезень [41].

Сьогодні підприємство володіє значними складськими потужностями, має розгалужений автопарк і співпрацює з десятками клієнтів. Незважаючи на зовнішні виклики та нестабільні умови, компанія забезпечує безперервність логістичних операцій та надійність сервісу. Діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» будується на принципах оптимізації витрат клієнтів, автоматизації логістичних процесів і підвищенні ефективності ланцюгів постачання, що узгоджується з заявленою місією та стратегічною метою підприємства.

Загальна характеристика компанії більш детальніше та ширше наведена в табл. 2.1.

Таблиця 2.1

Характеристика ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Показник	Характеристика
Повна назва	Товариство з обмеженою відповідальністю «ДИАД-ЛОГІСТИК»
Скорочена назва	ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»
Код ЄДРПОУ	39425648
Місцезнаходження	м. Київ, Україна (зареєстрована юридична адреса в межах міста)
Дата реєстрації	3 жовтня 2014 року
Керівник	Касьян Дмитро Володимирович
Статутний капітал	100 000 грн
Основні види діяльності	вантажні автомобільні перевезення, складська логістика, допоміжні послуги транспорту, оптова та роздрібна торгівля, діяльність з нерухомістю
Ключовий логістичний напрям	організація та забезпечення складських та транспортних операцій

Джерело: узагальнено автором на основі [41-42]

Організаційна структура управління даного підприємства побудована таким чином (рис. 2.1) : на чолі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» знаходиться директор, який здійснює загальне керівництво та координує діяльність усіх функціональних підрозділів. Йому підпорядковуються керівники основних відділів, що забезпечують виконання виробничо-логістичних, фінансових, транспортних та сервісних функцій. Фінансово-бухгалтерський напрям очолює головний бухгалтер, у підпорядкуванні якого працює заступник головного бухгалтера та бухгалтерський персонал та відповідає за ведення обліку, фінансову звітність та контроль розрахунків.

Операційно-логістичний напрям представлений начальником логістичного відділу, під керівництвом якого працюють менеджери з логістики, сервісні менеджери та фахівці з митного оформлення. Окремо виділяється старший митний брокер як координатор роботи митних брокерів у процесах міжнародної логістики. Транспортний відділ ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» очолює начальник транспортного підрозділу, йому підпорядковується транспортний менеджер, який організовує

перевезення та взаємодію із водіями. Безпосереднє виконання перевезень забезпечують водії автотранспортних засобів.

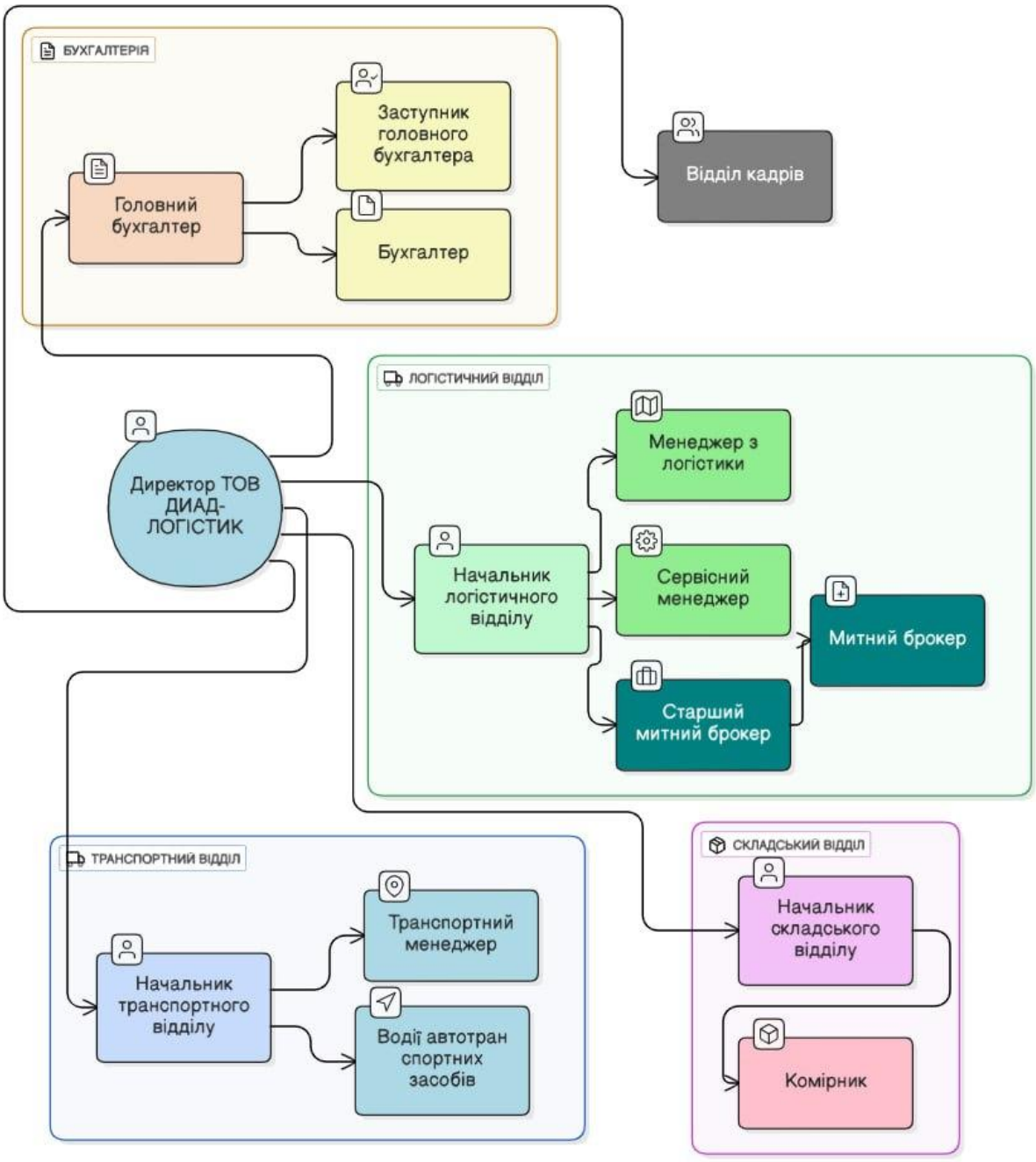


Рис. 2.1. Організаційна структура управління ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі даних компанії

Складська ланка структури представлена начальником складського відділу, який здійснює розподіл завдань між складським персоналом, також сюди входять комірники та інші працівники, відповідальні за приймання, зберігання та відвантаження товарів [41].

Для оцінки фінансового стану компанії пропонується проаналізувати динаміку основних фінансово-економічних показників (табл. 2.2).

Таблиця 2.2

Динаміка фінансово-економічних показників діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» за 2022-2024 рр.

Показники	Період			Абсолютне відхилення (+/-)	
	2022	2023	2024	2024/2022	2024/2023
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис, грн	42015,3	62461,4	99385,3	57370	36924
Собівартість реалізованої продукції, тис, грн	12347,2	12533,4	34462,7	22116	21929
Валовий прибуток (збиток), тис, грн	29 668	49 928	64 923	35255	14995
Фінансовий результат до оподаткування, тис, грн	2791,4	4034	6 221,1	3430	2187
Чистий прибуток, тис, грн	2288,9	3305,5	5097	2808	1792
Загальна вартість активів, тис, грн	34557,7	70189,2	95395,2	60838	25206
Середньооблікова чисельність працівників, осіб,	27	27	30	3	3
Середньорічна продуктивність праці 1-го працівника, тис, грн/ос,	1556,12	2313,39	3312,84	1757	999
Власний капітал, тис, грн	3088,6	6393,8	11749,2	8661	5355
Рентабельність продажів, %	5,45	5,29	5,13	-0,32	-0,16
Рентабельність активів, %	6,62	4,71	5,34	-1,28	0,63
Рентабельність власного капіталу	74,11	51,70	43,38	-30,73	-8,32

Джерело: узагальнено автором на основі [42], Додаток А

Аналіз табл. 1.2 показує, що чистий дохід від реалізації ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» збільшився з 42 015,3 тис. грн у 2022 р. до 99 385,3 тис. грн у 2024 р., тобто приріст становив 57 370 тис. грн у порівнянні з 2022 роком та 36 924 тис. грн у порівнянні з 2023 роком. Разом із доходом зросла і собівартість реалізації: з 12 347,2 тис. грн у 2022 р. до 34 462,7 тис. грн у 2024 р., що означає збільшення на 22

116 тис. грн відносно 2022 року та на 21 929 тис. грн відносно 2023 року. Валовий прибуток також мав позитивну динаміку з 29 668 тис. грн у 2022 р. до 64 923 тис. грн у 2024 р., тобто приріст склав 35 255 тис. грн за два роки. Фінансовий результат до оподаткування зріс із 2 791,4 тис. грн у 2022 р. до 6 221,1 тис. грн у 2024 р., що становить +3 430 тис. грн. Чистий прибуток збільшився з 2 288,9 тис. грн до 5 097 тис. грн, що дало приріст у 2 808 тис. грн за період.

Загальна вартість активів зросла майже втричі з 34 557,7 тис. грн у 2022 р. до 95 395,2 тис. грн у 2024 р. (+60 838 тис. грн). Середньооблікова чисельність персоналу зросла з 27 до 30 осіб, а середньорічна продуктивність праці одного працівника збільшилась з 1 556,12 тис. грн до 3 312,84 тис. грн, що означає приріст на 1 757 тис. грн за два роки. Власний капітал зріс із 3 088,6 тис. грн до 11 749,2 тис. грн, що становить +8 661 тис. грн. Незважаючи на позитивну динаміку абсолютних показників, рентабельність коефіцієнтів знижувалася: рентабельність продажів зменшилася з 5,45 % у 2022 р. до 5,13 % у 2024 р., рентабельність власного капіталу – з 74,11 % до 43,38 %, а рентабельність активів змінилася з 6,62 % до 5,34 %.

Таким чином, при істотному збільшенні доходів, прибутку, активів і власного капіталу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» демонструє ознаки масштабування бізнесу. Зниження рентабельності вказує на збільшення витратної частини, але загальний фінансовий результат залишається позитивним, що свідчить про високу динаміку розвитку підприємства.

Мережа зовнішніх перевезень компанії охоплює низку європейських країн, що забезпечує можливість надання міжнародних логістичних послуг (рис. 2.2).

Аналіз рис. 2.2 свідчить про те, що основні товарні потоки формуються з найближчих до України країн ЄС, насамперед із Польщі, яка забезпечує найбільшу частку поставок. Значний обсяг надходжень також припадає на Румунію, Угорщину, Чехію, Німеччину та Словаччину, що пояснюється територіальною близькістю, розвиненою автомобільною інфраструктурою та зручністю транзиту. Потоки з більш віддалених європейських країн, таких як Іспанія, Франція чи Італія, залишаються менш інтенсивними, однак забезпечують різноманітність маршрутів

та географічну експансію послуг. Загалом структура маршрутів формує раціональне завантаження логістичних каналів і підтверджує ефективність використання автомобільного транспорту для імпортних поставок [42].

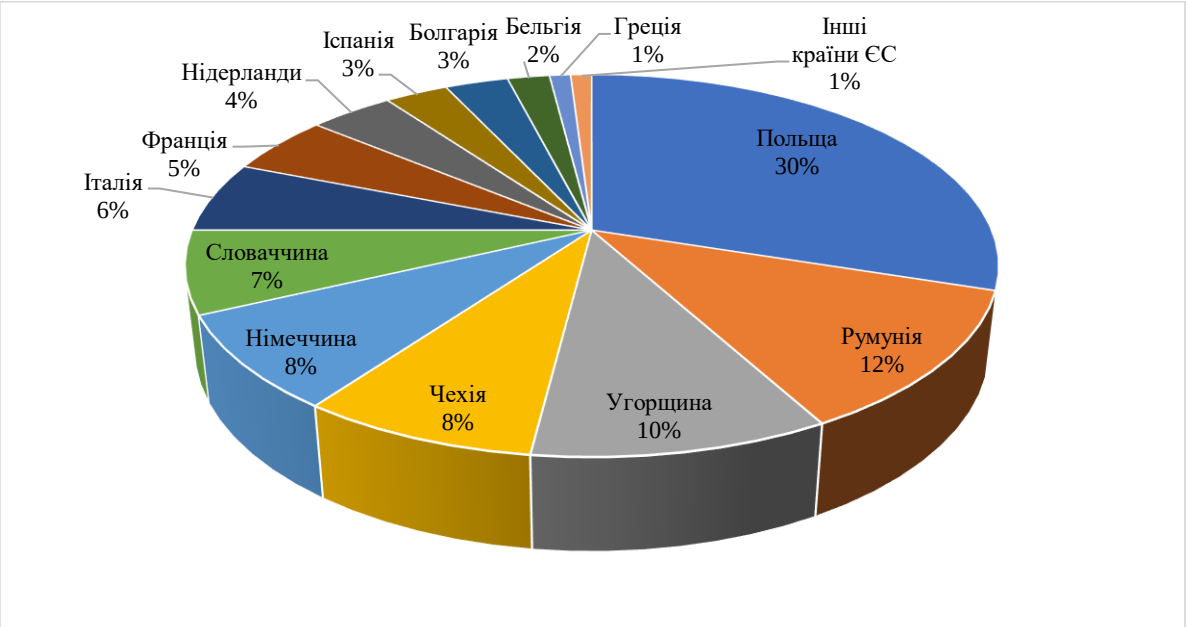


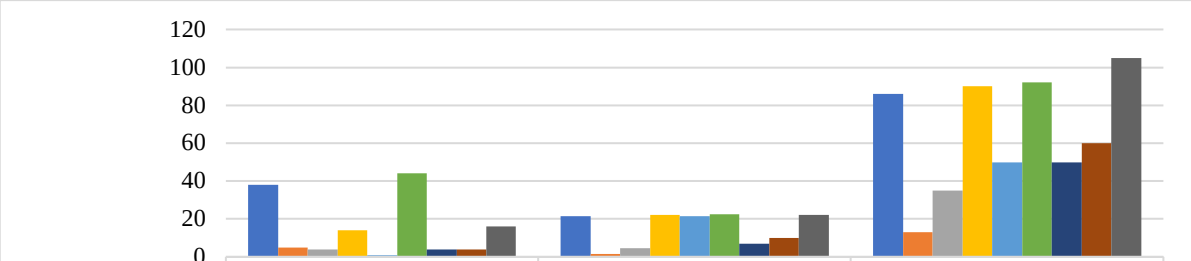
Рис. 2.2. Географічна структура міжнародних перевезень ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», %

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Автопарк ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» сформований із сучасних транспортних засобів екологічних стандартів Євро-5 та Євро-6. До його складу входять різні типи вантажних автомобілів, зокрема 68 транспортних засобів з тентованими причепами, 38 рефрижераторних причепів та 23 ізотермічні фургони, що наведено на рис. 2.3. Такий склад автопарку забезпечує високу універсальність та дозволяє компанії виконувати широкий спектр логістичних завдань завдяки можливості транспортувати різні види вантажів у відповідних умовах та з різною вантажомісткістю.

Компанія бере на себе організацію повного логістичного процесу транспортування вантажів: від планування оптимального маршруту та виконання перевезення до контролю доставки з місця завантаження до кінцевого пункту призначення. Серед ключових клієнтів, з якими співпрацює ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», можна виділити такі компанії як Coca-Cola, Efes Moldova, Vetropack

Group, Romstal, Xella, Astercon, SUPRATEN, Deme Macarale, Interbrands Orbico, REMATINVEST та інші.



	Кількість	Вантажопідйомність (т)	Об'єм (м3)
Рефрижератор	38	21,5	86
Ізотерм	5	1,5	13
Ізотерм	4	4,5	35
Ізотерм	14	22	90
Самоскид	1	21,5	50
Тент	44	22,5	92
Тент	4	7	50
Тент	4	10	60
Тент	16	22	105

Рис. 2.3. Технічні характеристики вантажного автопарку ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Окрім цього, підприємство співпрацює з компанією E100, використовуючи її паливні картки для безготівкових розрахунків за пальне та інші транспортно-сервісні операції. Сервіс E100 охоплює оплату платних доріг, мостових переходів, тунелів, повернення податку на додану вартість, бронювання поромних переправ, паркувальних місць, автомийок та технічного обслуговування автотранспорту. Така співпраця дозволяє ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» оптимізувати витрати на перевезення, спростити управління транспортними процесами та підвищити їх економічну ефективність.

На українському ринку компанія сформувала репутацію надійного та дисциплінованого логістичного партнера, який демонструє готовність до довгострокової співпраці. Підприємство працює з урахуванням індивідуальних вимог клієнтів та забезпечує гнучкість у наданні послуг, незалежно від обсягів вантажних потоків, що сприяє розширенню клієнтської бази та зміцненню позицій на ринку.

ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» активно проводить маркетингові дослідження ринку міжнародних перевезень, зосереджуючись на аналізі попиту на логістичні послуги в Україні та закордоном. Компанія орієнтується на корпоративних клієнтів, які потребують регулярних та безпечних перевезень вантажів різного типу – від харчових продуктів до промислових матеріалів. Позиціонування компанії базується на принципах надійності, міжнародної присутності та гнучкості логістичних рішень. ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» позиціонує себе як надійного партнера, здатного забезпечити безперебійну доставку товарів у найкоротші терміни, дотримуючись міжнародних стандартів якості [42]

Товарна політика спрямована на створення індивідуальних логістичних рішень. Компанія активно використовує систему персоналізованого обслуговування, коли для кожного клієнта формується оптимальна комбінація транспортних і брокерських послуг. Такий підхід дозволяє підтримувати високий рівень лояльності партнерів, серед яких – Coca Cola, Efes Moldova, Vetropack Group, Romstal, Xella та інші. Цінова політика ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» базується на принципі гнучкості та конкурентоспроможності. Компанія враховує обсяг перевезень, складність маршруту, тип вантажу та потреби клієнта.

Для постійних партнерів діють знижки та індивідуальні тарифні умови, що стимулюють довготривалі ділові відносини. Також важливим аспектом є те, що компанія пропонує гнучке ціноутворення залежно від типу вантажу, маршруту, завантаження транспорту та можливості оптимізувати логістичні процеси. Завдяки цьому ТОВ «ДИАД ЛОГІСТИК» може адаптуватися до індивідуальних потреб клієнтів, забезпечуючи баланс між доступністю послуг і підтриманням високого рівня якості. Цінова політика також враховує ринкові тенденції, тарифну поведінку конкурентів і сезонні коливання попиту, що дозволяє компанії залишатися гнучкою та ефективною у мінливому середовищі.

Комунікаційна політика підприємства спрямована на підтримання позитивного іміджу та розвиток партнерських відносин. Основними каналами комунікації є офіційний вебсайт, професійні логістичні платформи (Lardi-Trans,

Della), а також пряма взаємодія з клієнтами через електронну пошту, телефонні консультації та представництва у трьох країнах [41].

Аналіз доходів компанії за інструментами ІМК показав, що майже їх половину (47 %) забезпечують реклама та цифровий маркетинг (рис. 2.4).



Рис. 2.4. Структура доходів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» за основними інструментами ІМК станом на 2024 р., %

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Отож, визнавши, що рекламні засоби, а цифровий маркетинг є одними із найбільш ефективніших інструментів ІМК, саме тому ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» рекомендується розвивати його та інтегрувати витрати у використанні сучасних технологій та залучення такого інструменту цифрового маркетингу як штучний інтелект [43].

Маркетингова діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» демонструє високий рівень професійності та орієнтацію на довгостроковий розвиток. Поєднання стратегічного аналізу ринку, гнучкої товарної та цінової політики, а також ефективної системи комунікацій дозволяє компанії утримувати стабільні позиції на ринку міжнародних перевезень і створювати конкурентні переваги в умовах зростаючої конкуренції.

2.2. Організація складських процесів, оцінка ефективності за ключовими показниками (KPI) та виявлення проблемних зон

Діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» зосереджена на наданні послуг у сфері складської логістики, що передбачає комплексне обслуговування товарів замовників під час їх перебування на складі. Підприємство здійснює приймання вантажів, їх розміщення, облік, підготовку до відправлення та оформлення супровідної документації, забезпечуючи належні умови зберігання та цілісність продукції. Склад у моделі роботи підприємства виконує активну функцію управління товарними потоками. У цьому вузлі відбувається концентрація, сортування та організація вантажів перед їх подальшим переміщенням до інших учасників логістичного ланцюга. В табл. 2.3 наведена характеристика складів компанії.

Аналізуючи дані табл. 2.3. слід відзначити, що ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» володіє розвиненою інфраструктурою для надання комплексних складських послуг. Склади різного типу та призначення розташовані в ключових логістичних регіонах України, що забезпечує охоплення важливих ринків та скорочує терміни обробки вантажів. Центральний склад у Києві має найвищий рівень оснащення, значну площу та автоматизовану систему управління, що дозволяє виконувати широкий спектр операцій з різними групами товарів, включно з харчовими і промисловими. Регіональні склади в Харкові та Дніпрі виконують функції проміжних логістичних вузлів і забезпечують оперативне обслуговування клієнтів на місцевому рівні.

Особливістю складської інфраструктури компанії є наявність умов для різних сценаріїв зберігання, зокрема відповідального, тимчасового та сезонного, а також можливість виконання фулфілмент-операцій та функцій розподільчого центру. Використання стелажних систем, спеціалізованого обладнання, охоронних та протипожежних систем формує належний рівень безпеки товарів і підвищує надійність складських процесів. Страхування товарних запасів та внесення об’єктів підприємства до реєстру операторів харчового ринку підтверджує відповідність

нормативним вимогам та створює додаткові гарантії для клієнтів. Отож, складська інфраструктура ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» є структурованою, функціонально гнучкою та адаптованою до обслуговування різних категорій товарів, що підвищує конкурентні можливості компанії на українському ринку логістичних послуг [41].

Таблиця 2.3

Характеристика основних складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Локація складу	Основні параметри	Специфіка зберігання	Інфраструктура та оснащення
Київ (Вишневе)	склад у логістичному хабі, клас B+, площа близько 2000 м² + додаткова площа 500 м² під негабарит, розташування поблизу кільцевої дороги	зберігання палетних, коробкових та негабаритних вантажів	автоматизована WMS-система, доки з рівнями для розвантаження, сучасна навантажувальна техніка; підлога придатна до інтенсивної експлуатації
Харків	склад категорії C, площа близько 500 м², розташований біля основної транспортної магістралі	зберігання палетних та коробкових партій	вантажна рампа, охоронний комплекс, системи пожежної безпеки
Дніпро	склад категорії C, площа близько 500 м² із потенціалом розширення, знаходиться у промисловій зоні поруч із РЦ	палетне та коробкове зберігання	вантажна рампа, навантажувач, контроль доступу, відеонагляд

Джерело: узагальнено автором на основі [41]

Однією з особливостей складської роботи є обслуговування різних груп товарів, що потребує індивідуального підходу до організації зберігання. Зонування приміщення, розподіл місць зберігання, а також побудова внутрішніх маршрутів переміщення товарів здійснюються з урахуванням їх фізичних характеристик, частоти обігу та специфікацій замовників. Така гнучкість дає змогу підтримувати стабільну роботу складу та відповідати вимогам сучасного логістичного ринку. В основі складської діяльності лежить орієнтація на операційну безперебійність. Зміни у завантаженні, пов'язані зі збільшенням обсягів надходжень або відвантажень, не мають впливати на швидкість виконання процесів.

Окрім базових складських операцій, підприємство надає клієнтам додаткові послуги, спрямовані на підвищення зручності та формування доданої вартості. До них належать комплектація замовлень, пакування, сортування, маркування та інші сервісні процедури, що дають змогу персоналізувати логістичне обслуговування і підвищити його якість. Склад також виконує комунікаційну функцію, оскільки через нього узгоджується готовність товарів, час обробки та відвантаження, що забезпечує синхронізацію із клієнтами та іншими логістичними структурами.

Схема організації складських процесів в компанії більш детальніше візуалізовано на рис. 2.5.

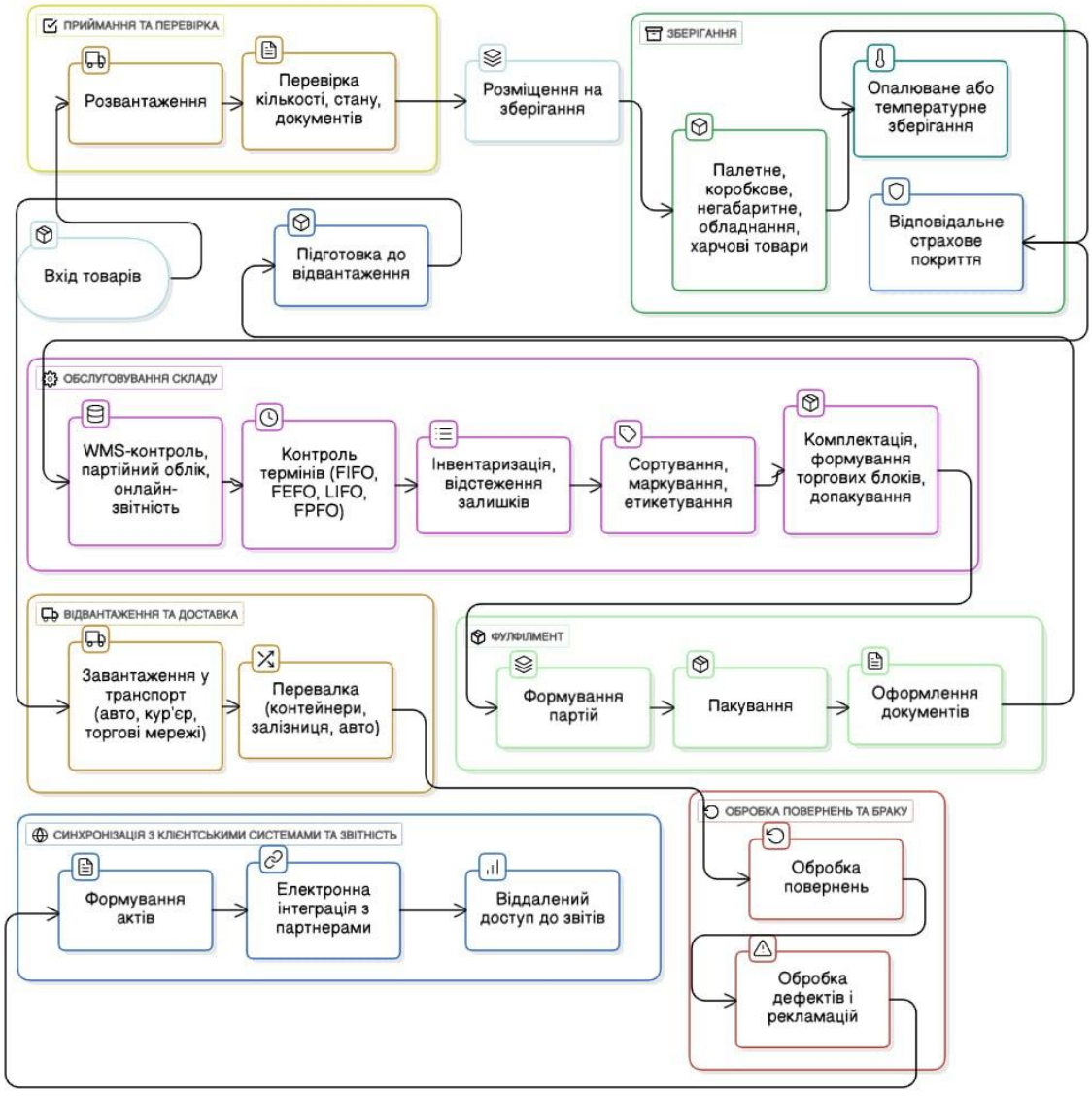


Рис. 2.5. Блок-схема організації складських процесів в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Схема наведена на рис. 2.5 демонструє побудову роботи складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» як цілісного логістичного механізму, у якому всі операції послідовно пов’язані між собою та підпорядковані виконанню клієнтських замовлень. Починаючи від моменту приймання вантажів і завершуючи відвантаженням та обробкою повернень, кожен етап має чітке функціональне призначення, а їх узгодженість забезпечує безперервність матеріальних потоків.

Важливою характеристикою є те, що склад не виступає лише місцем зберігання товару, а виконує широкий спектр сервісних операцій, включно з комплектацією, маркуванням, пакуванням, веденням обліку, контролем термінів придатності та інтеграцією інформаційних систем з клієнтами, що підвищує рівень логістичного сервісу та дозволяє ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» надавати послуги повного циклу, включаючи 3PL та фулфілмент.

Крім того, схема демонструє важливість автоматизації складських операцій, оскільки застосування WMS-системи забезпечує точність обліку, зменшення помилок та покращення керованості товарними потоками. Ефективна взаємодія операційного та інформаційного блоків сприяє підвищенню продуктивності та скороченню часу обробки замовлень. Отож, така модель організації роботи складу формує високу гнучкість та адаптивність сервісу, що є ключовою конкурентною перевагою ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» на ринку логістичних послуг [41].

Наступним пропонується навести оцінку показників ефективності складських приміщень за формулами, наведеними в підрозділі 1.3. (табл. 2.4).

На основі аналізу табл. 2.4. видно, що кожним роком спостерігається поступове зростання коефіцієнтів використання площі та об’єму складу, що свідчить про підвищення інтенсивності завантаження складських зон і більш раціональне застосування доступних просторових ресурсів. Обсяги корисного та загального складського об’єму також збільшилися, що може бути наслідком розширення інфраструктури, модернізації стелажних систем або оптимізації зонування.

Таблиця 2.4

Динаміка показників ефективності використання складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» в період 2022-2024 рр.

Показник	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення (+/-)	
				2023/2022	2024/2023
Коефіцієнт використання площі	0,81	0,85	0,86	0,04	0,01
Корисний об’єм складу, м³	13 400	15 500	16 500	2100	1000
Загальний об’єм складу, м³	23 500	24 000	25 000	500	1000
Коеф. використання об’єму	0,57	0,65	0,66	0,08	0,01
Вантажооборот, т	12 000	17 500	22 000	5500	4500
Питомий вантажооборот, т/м²	4,8	7	8,8	2,2	1,8
Обіговість складу, оборотів	6,67	9,72	12,22	3,05	2,5

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Найбільш суттєвий приріст відзначено за операційними показниками, адже вантажооборот у фізичних одиницях зріс майже вдвічі, а питомий вантажооборот на одиницю площі демонструє стабільне збільшення, що свідчить про підвищення інтенсивності товаропотоків. Обіговість складу збільшилася з 6,67 до 12,22 оборотів на рік, тобто майже у два рази, що вказує на прискорення обігу товарів і зменшення часу їхнього перебування на складі. Така динаміка може пояснюватися зростанням обсягів клієнтських замовлень, структурними змінами в асортименті або впровадженням технологічних рішень, що пришвидшують обробку вантажів.

Загалом отримані результати свідчать про підвищення операційної ефективності складських процесів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», покращення використання площі та об’єму, а також зростання пропускної здатності складу, що є ознакою якісного розвитку логістичної інфраструктури [42].

Наступним пропонується навести динаміку КПІ показників працівників складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» (табл. 2.5).

Аналіз табл. 2.5 свідчить про поступове зростання ефективності виконання основних операцій. Показники приймання, комплектації, контролю якості та

навантаження мають позитивну тенденцію, що вказує на професійний розвиток персоналу, підвищення операційної узгодженості та адаптацію до збільшення товаропотоків. Разом з тим жоден із КПІ не досяг максимального рівня, що говорить про наявність резервів продуктивності та можливості оптимізації робочих процесів. Ключовим стримуючим фактором є недостатній рівень цифровізації складських операцій.

Таблиця 2.5

Динаміка КПІ показників працівників складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» в період 2022-2024 рр.

Посада	Показник КПІ	2022	2023	2024	Абсолютне відхилення (+/-)	
					2023/2022	2024/2023
Керівник складського відділу	Точність відвантаження, %	80	85	89	5	4
	Своєчасність виконання замовлень, %	76	82	87	6	5
	Рівень претензій клієнтів, %	6,5	6,1	5,9	-0,4	-0,2
Приймальник товарів	Точність приймання, %	73	80	86	7	6
	Своєчасність відображення в системі, %	70	78	84	8	6
	Кількість помилок, %	4,5	4,8	5,1	0,3	0,3
Контролер відвантажень	Відповідність замовленням, %	72	80	86	8	6
	Виявлення браку, %	68	75	82	7	7
	Якість контролю, %	70	77	84	7	7
Комірник	Швидкість комплектації замовлень, %	69	76	83	7	7
	Точність комплектації, %	74	81	87	7	6
	Коректність складування, %	71	78	84	7	6
Вантажники (сумарно 6 осіб)	Обсяг оброблених вантажів, %	64	71	79	7	8
	Швидкість навантаження, %	66	73	81	7	8
	Дотримання техніки безпеки, %	82	88	91	6	3

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Частина процесів в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» виконується вручну, зокрема внутрішньо-складське транспортування товарів здійснюється за допомогою

ручних роклів, що підвищує фізичне навантаження на вантажників та комірників, подовжує час навантаження і розвантаження автомобільного транспорту та знижує пропускну здатність складу. Враховуючи, що на один склад припадає лише один вантажник, подібні обмеження набувають системного характеру.

Недостатня автоматизація впливає не лише на швидкість, але й на якість процесів в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», адже формування партій та навантаження машин виконується без повноцінної електронної ідентифікації товару, що збільшує ймовірність людських помилок. За умов впровадження цифрового контролю з використанням електронних кодів, RFID-міток або систем автоматичного звіряння партій, некоректна комплектація замовлення фактично була б заблокована на етапі формування відвантаження. Таким чином, низький рівень автоматизації безпосередньо впливає на рівень задоволеності клієнтів та точність виконання логістичних зобов’язань [44].

Отже, підвищення КПІ працівників свідчить про акумуляцію операційного досвіду та розвиток персоналу, однак досягнення більш високих значень можливе лише за умови технологічної модернізації складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Оптимізація внутрішньої логістики, автоматизація розподілу та контролю партій, а також часткова заміна ручних операцій на механізовані та цифрові процеси можуть забезпечити скорочення часу обробки товарів, зниження частоти помилок та підвищення рівня сервісного обслуговування клієнтів.

2.3. Вплив маркетингових факторів на функціонування складу

Завдяки цифровізації комунікацій і впровадженню аналітичних систем ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» отримує можливість не лише оптимізувати складські процеси, а й підвищувати рівень сервісу та лояльність клієнтів [43-44]. Перш ніж визначити вплив маркетингових факторів на діяльність складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» пропонується провести аналіз впливу зовнішнього маркетингового середовища на складську діяльність (табл. 2.6).

Таблиця 2.6

PEST-аналіз логістично-складської діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Категорія	Підфактор	Характер впливу	Вплив (1–10)
P – Політичні	Регулювання митних процедур	впливає на швидкість перетину кордону та тривалість логістичного циклу	8
	Вимоги до сертифікації	формує бар'єри доступу на ринок та підвищує вимоги до безпеки	7
	Геополітичні ризики	створюють перебої в транспортних коридорах	9
	Торговельні угоди та тарифи	визначають умови імпорту/експорту та конкурентоспроможність послуг	6
E – Економічні	Вартість пального та енергоносіїв	напряму впливає на собівартість логістичних операцій	10
	Валютні коливання	впливають на імпортне складське обладнання та міжнародні перевезення	8
	Інфляція	підвищує тарифи та операційні витрати	9
	Попит на логістичні послуги	формує завантаження складів та обіговість товарів	7
S – Соціальні	Розвиток e-commerce	збільшує потребу у фулфілменті та швидких складських операціях	9
	Очікування клієнтів щодо швидкості та комплексності послуги	підвищує вимоги до продуктивності складу та точності відвантажень	8
	Кадровий дефіцит у складській логістиці	ускладнює підбір персоналу та підвищує навантаження на працівників	9
	Зростання культури споживання	стимулює удосконалення логістичного сервісу	6
T – Технологічні	Автоматизація складів	скорочує помилки та час операцій	10
	Використання RFID сканерів	знижує людський фактор у комплектації та обліку	9
	Роботизація складів	підвищує продуктивність та пропускну здатність	8
	Цифрові транспортні платформи	покращують координацію та планування логістики	7

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

PEST-аналіз складської діяльності показує, що на розвиток логістичної інфраструктури та операційних процесів в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» впливають різноманітні зовнішні фактори з різною інтенсивністю. Найбільш вагомі чинники зосереджені в економічній та технологічній площинах, оскільки коливання вартості пального, інфляційний тиск та підвищення витрат на енергоресурси безпосередньо впливають на собівартість складських послуг, а цифровізація,

автоматизація та впровадження WMS-технологій здатні суттєво підвищити продуктивність і точність роботи складу.

Політичні фактори також мають відчутний вплив, адже митне регулювання, вимоги до сертифікації та геополітичні ризики визначають стабільність та географію ланцюгів постачання, швидкість перетину кордонів. Соціальні тренди, пов'язані з розвитком електронної комерції та зростанням очікувань клієнтів щодо швидкості доставки, формують нові вимоги до сервісу та збільшують навантаження на складські процеси. У сукупності ці фактори створюють як можливості для розвитку складської діяльності, так і загрози, що потребують стратегічного управління та адаптації бізнес-процесів [45]. Саме тому для подальшого аналізу доцільно провести SWOT-аналіз складської діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» (табл. 2.7).

Таблиця 2.7

SWOT -аналіз складської діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

S – Сильні сторони	W – Слабкі сторони
наявність сучасної складської інфраструктури у ключових регіонах України;	недостатній рівень автоматизації процесів, особливо навантаження та внутрішнього транспортування;
сертифікація для роботи з харчовими продуктами;	обмежена чисельність складського персоналу, що створює пікові навантаження;
можливість відповідального зберігання, фулфілменту та тимчасового складування;	низька механізація розведення продукції всередині складу;
використання WMS-системи для обліку;	залежність від важкої ручної праці;
власний автопарк та інтеграція логістичних послуг;	ризик помилок через часткову відсутність цифрової ідентифікації товару
O – Можливості	T – Загрози
зростання ринку e-commerce і попиту на фулфілмент;	конкуренція зі сторони великих 3PL та міжнародних логістичних операторів;
впровадження RFID, штрих-кодування та роботизованої техніки;	зростання вартості пального та енергоносіїв;
можливість розширення складів та підвищення пропускної здатності;	кадровий дефіцит у сфері складської логістики;
цифрова інтеграція з клієнтськими ERP-системами;	збої у ланцюгах постачання через геополітичні фактори;
розширення географії логістичних послуг;	підвищення вимог клієнтів до швидкості та точності;
державні стимули на модернізацію логістики та експорт	ризики модернізаційних інвестицій для середнього бізнесу

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Аналіз показав, що ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» володіє достатньо сильною операційною базою та інфраструктурою, яка дозволяє йому обслуговувати різні сегменти клієнтів та надавати комплексні складські послуги, включно з відповідальним зберіганням, фулфілментом та логістичною підтримкою (табл. 2.7). Наявність сертифікації для роботи з харчовими продуктами, власного автопарку та використання WMS-системи створює конкурентні переваги та підвищує надійність сервісу [45].

Разом із тим аналіз виявив і низку слабких місць, пов’язаних переважно з недостатньою автоматизацією внутрішньо-складських операцій та дефіцитом персоналу. Обмежена механізація процесів і залежність від ручної праці уповільнюють виконання критичних операцій, особливо навантаження та внутрішнього переміщення товару, що підвищує операційне навантаження на працівників і збільшує ймовірність помилок працівників ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Власне ці недоліки стають критичними на фоні зростання обсягів клієнтських замовлень та швидкісних вимог ринку.

Зовнішнє середовище водночас формує значні можливості для розвитку, адже розширення електронної торгівлі та попит на фулфілмент відкривають перспективи розширення послуг, а впровадження RFID-технологій, цифрових платформ, інтеграції з ERP-клієнтів і роботизації дозволяє підвищити ефективність і точність складських операцій. Проте реалізація цих можливостей потребує інвестицій, а також функціональної модернізації складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Поряд з можливостями існують і певні загрози, пов’язані з конкуренцією на ринку логістичних послуг, зростанням цін на паливо та енергоносії, геополітичними ризиками й кадровим дефіцитом у галузі. У цих умовах ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» важливо зміцнювати технологічну складову, підвищувати рівень цифровізації та адаптувати бізнес-процеси до ринкових вимог. Отже, на основі проведеного SWOT-аналізу видно, що за наявності адресного вдосконалення слабких сторін ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» має потенціал для подальшого росту та підвищення конкурентоспроможності [46].

На рис. 2.6 наведено характеристику маркетингових факторів, які впливають на складську логістику компанії.

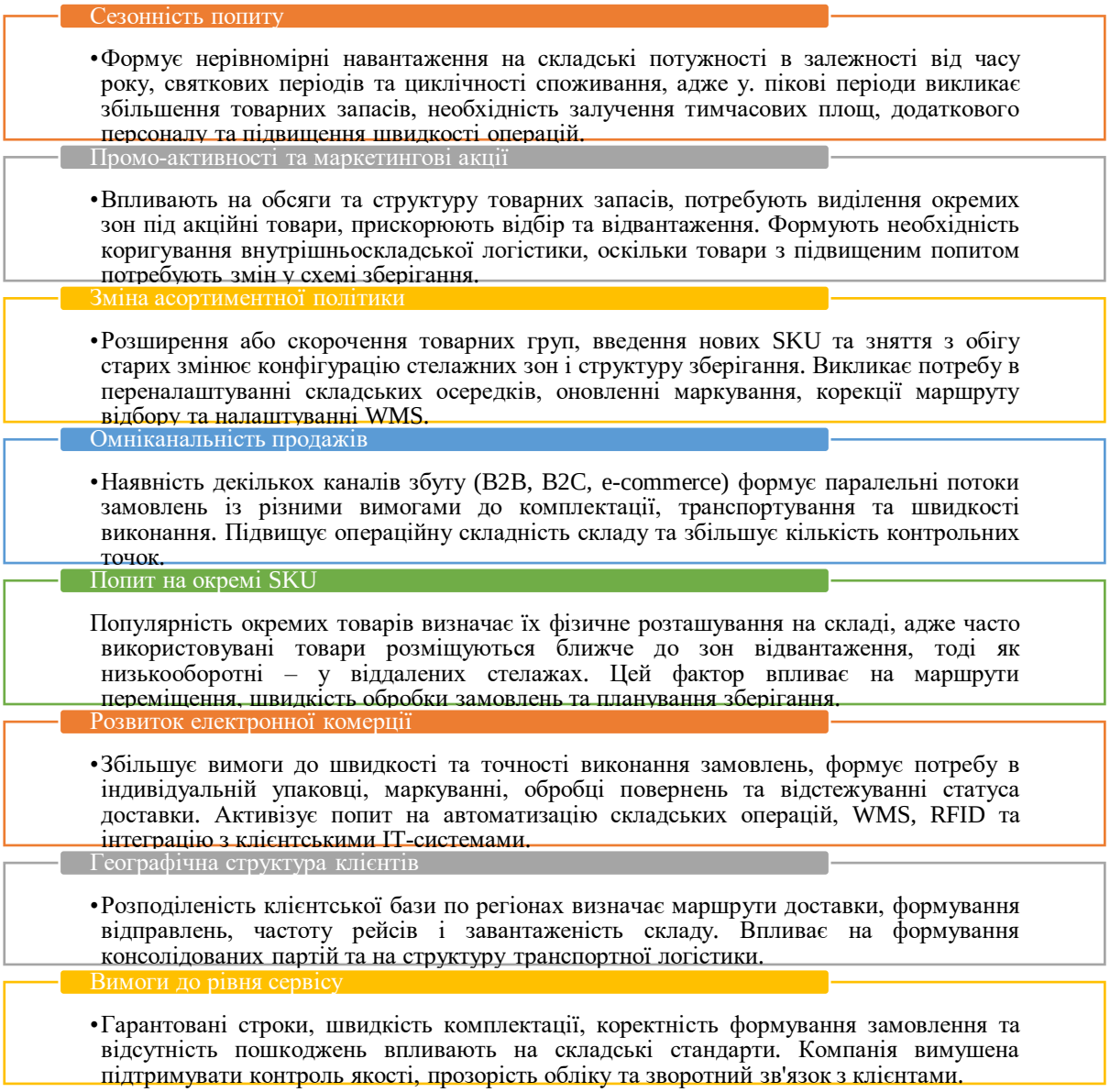


Рис. 2.6. Характеристика впливу ключових маркетингових факторів на складську логістику в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Як видно з рис. 2.6 , складська логістика ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» тісно пов’язана зі змінами попиту та комерційною активністю клієнтів, що формує нерівномірні навантаження на складську інфраструктуру та персонал. Особливо відчутно на операційні процеси впливають сезонні піки та промо-активності, які потребують швидкої адаптації зон зберігання, збільшення обсягів комплектації та

забезпечення своєчасного відвантаження. Додаткову складність створюють розширення асортименту та омніканальність збуту, що підвищують вимоги до гнучкості складу, управління товарними запасами та точності формування замовлень.

Розвиток електронної комерції формує нові стандарти швидкості та точності виконання логістичних операцій, посилює значення цифровізації, автоматизації та інтегрованих WMS-систем. Водночас фактори, пов’язані з форматами пакування, обсягами товарних запасів та структурою клієнтського попиту, безпосередньо впливають на конфігурацію складських зон, маршрути переміщення товарів та організацію складських операцій [47].

У сукупності ці фактори свідчать, що складська логістика стає не лише підтримуючою функцією, а й важливим елементом маркетингового сервісу, який повинен оперативно реагувати на комерційні запити та моделі поведінки клієнтів, що влансе вимагає від ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» підвищення рівня автоматизації, гнучкості та адаптивності складських процесів.

Отож, в табл. 2.8 наведено оцінку впливу маркетингових факторів на складську логістику компанії.

Аналіз табл. 2.8 показує, що на складську логістику ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» найбільший вплив має розвиток електронної комерції, який формує високі вимоги до швидкості обробки замовлень, пакування, роботи з поверненнями та рівня цифровізації процесів. Далі за значущістю йде сезонність попиту, що зумовлює пікові навантаження на склад, потребу в додаткових площах і персоналі. Вагомим чинником є промо-акції та розпродажі, які призводять до концентрації запасів і необхідності прискореної комплектації. Вимоги до рівня сервісу також суттєво впливають, стимулюючи підвищення точності, контролю якості та дотримання часових нормативів.

Омніканальність збуту ускладнює складські операції через паралельну обробку різних типів замовлень. Попит на окремі SKU та рівень запасів клієнтів мають середній вплив, визначаючи пріоритети розміщення товарів, частоту поставок і оборотність. Зміна асортименту потребує перепланування складських

зон і налаштування WMS. Формати пакування впливають на організацію зон допакування та використання обладнання. Найменший вплив має географія клієнтів, яка переважно відображається на маршрутизації та формуванні відправлень.

Таблиця 2.8

Оцінка впливу маркетингових факторів на ведення складської логістики в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Маркетинговий фактор	Оцінка (1–10)	Ступінь впливу (0-1)	Сумарний вплив	Характеристика впливу
Сезонність попиту	9	0,95	8,55	формує пікові навантаження, потребу в додаткових площах, персоналі та інтенсивних відвантаженнях
Промо-акції та розпродажі	8	0,97	7,76	спричиняють концентрацію запасів, зонування складу під акційні SKU та збільшення швидкості комплектації
Зміна асортименту	7	0,76	5,32	впливає на перепланування стелажних зон, переналаштування WMS та маршрути відбору
Омніканальність збуту	8	0,85	6,8	ускладнює операції через паралельне формування B2B, B2C і e-commerce замовлень
Попит на окремі SKU	7	0,8	5,6	визначає пріоритетність розміщення товарів та оптимізацію відбору
Розвиток електронної комерції	10	0,94	9,4	підвищує вимоги до швидкості обробки замовлень, пакування, повернень та цифровізації
Географія клієнтів	6	0,55	3,3	впливає на маршрутизацію, формування відправлень та логіку транспортних потоків
Вимоги до рівня сервісу	9	0,83	7,47	стимулює контроль якості, точність зборки та дотримання часових нормативів
Формати пакування та товарних одиниць	6	0,7	4,2	потребують зон допакування, перепакування та спеціального обладнання
Рівень запасів клієнтів	7	0,76	5,32	впливає на частоту поставок, завантаження складу та цикли обороту

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Важливими залишаються й такі фактори, як промо-активності та омніканальність, які ускладнюють логістичні операції через необхідність паралельного обслуговування різних типів клієнтів та товарних форматів. Зміни асортименту та індивідуальні рівні попиту на окремі позиції формують внутрішню логіку зберігання та відбору товарів і впливають на структуру стелажних зон. Географія клієнтів та формати пакування мають нижчий сумарний вплив, однак все ж впливають на маршрутизацію, організацію вантажопотоків та обслуговування складських операцій в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Отже, на рис. 2.7 пропонується візуалізувати вплив маркетингових факторів на ведення складської логістики в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

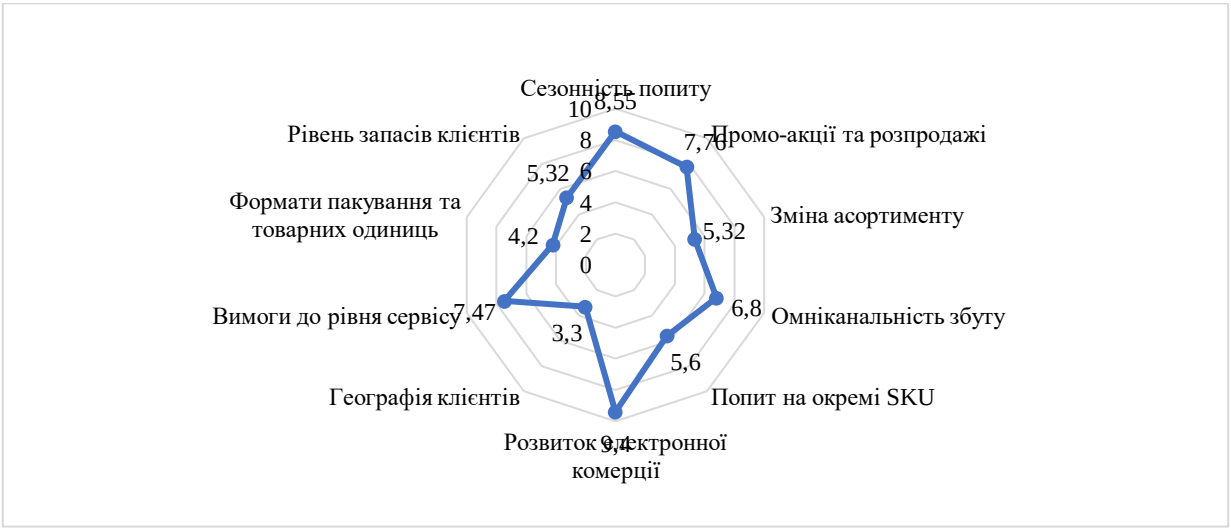


Рис. 2.7. Багатокутник впливу маркетингових факторів на складську логістику ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Отож, слід відзначити, що складська логістика у ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» перебуває під дією широкого спектру маркетингових параметрів, що потребує високої гнучкості, адаптивності та підвищення рівня автоматизації, оскільки ключові фактори розвитку ринку спрямовані на зростання швидкості логістичного сервісу та мінімізацію помилок у виконанні замовлень.

Висновок до розділу 2.

Проведений аналіз діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» показав, що підприємство сформувало стійку позицію на ринку логістичних послуг завдяки

поєднанню розвиненої транспортно-складської інфраструктури, гнучкої маркетингової політики та орієнтації на корпоративних клієнтів. Динаміка фінансових показників за 2022–2024 рр. свідчить про масштабування бізнесу: істотно зросли дохід, прибуток, вартість активів, продуктивність праці та власний капітал. Разом із тим зниження показників рентабельності сигналізує про збільшення витратної складової, що є типовим для періоду активного розширення. Компанія зуміла вибудувати ефективну логістичну модель, засновану на поєднанні міжнародних автоперевезень, співпраці з відомими брендами та використанні гнучкого ціноутворення, тоді як маркетингова діяльність спрямована на підтримку довгострокових відносин, розвиток цифрових каналів комунікації та зміцнення іміджу надійного партнера.

Оцінка організації складських процесів у ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» показала, що складська інфраструктура компанії є багаторівневою, функціонально продуманою та здатною забезпечити комплексне обслуговування вантажів різних груп. Наявність центрального складу з високим рівнем оснащення та регіональних майданчиків у ключових промислових центрах дозволяє скорочувати час обробки замовлень і підвищувати доступність сервісу для клієнтів. Показники використання площі й об’єму, вантажообороту та обіговості складів демонструють стале зростання, що свідчить про більш інтенсивне та раціональне завантаження ресурсів і підвищення пропускної здатності. Динаміка KPI працівників підтверджує поступове підвищення якості виконання операцій, точності відвантажень та швидкості обробки замовлень. Водночас виявлені проблеми, такі як низький рівень механізації окремих операцій, значна частка ручної праці та обмежена чисельність складського персоналу стримують подальше зростання ефективності та підвищують ризик помилок, що вказує на потребу у технологічній модернізації складів і поглибленні цифровізації процесів.

Дослідження впливу маркетингових факторів на складську логістику ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» показало, що робота складу тісно залежить від змін попиту, характеристик клієнтських замовлень і форм збуту. Сезонні коливання, промо-акції, розширення асортименту, розвиток e-commerce та омніканальних продажів

зумовлюють нерівномірність навантаження на склад, потребу в оперативному перепланування зон зберігання, збільшенні обсягів комплектації та швидкісному виконанні замовлень. PEST- і SWOT-аналізи виявили, що підприємство діє в умовах значного впливу економічних, технологічних та політичних факторів, водночас маючи сильну інфраструктурну базу та широкі можливості для розвитку за рахунок автоматизації, інтеграції з інформаційними системами клієнтів і розширення спектра послуг фулфілменту. Водночас структурні обмеження в організації внутрішньоскладських процесів, часткова залежність від ручної праці та зростаючий тиск маркетингових і зовнішніх факторів вимагають орієнтації на подальшу автоматизацію, впровадження сучасних технологій обліку й контролю, розширення кадрового потенціалу та поглиблення інтеграції з маркетинговими стратегіями клієнтів.

РОЗДІЛ 3
ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СКЛАДСЬКОЇ ЛОГІСТИКИ З УРАХУВАННЯМ МАРКЕТИНГОВИХ ВИМОГ

3.1. Стратегічні напрями узгодження складської логістики та маркетингової стратегії підприємства

На основі проведеного дослідження було визначено, що маркетингові фактори мають безпосередній вплив на складську діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» та вимагають від керівництва постійного вдосконалення бізнес процесів. Ключовим напрямом вдосконалення складської логістики є підсилення її маркетингової орієнтації, формування єдиного управлінського середовища ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» в якому складські операції узгоджуються з попитом клієнтів, маркетинговими активностями та динамікою товарних потоків. На рис. 3.1 наведені напрями реалізації та ключові завдання посилення маркетингової орієнтації управління складської логістикою.

Першим напрямом є оптимізація планування складських операцій на основі аналізу історичних даних. Оскільки попит клієнтів формується під впливом сезонних коливань, промо-акцій та змін асортименту, підприємству доцільно використовувати статистичні моделі для оцінки майбутніх обсягів замовлень. Власне оптимізація планування дозволить працівникам складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» заздалегідь підготувати складські площі, розподілити зони зберігання товарів і спланувати завантаженість персоналу, що підсумку підвищить як ефективність їхньої роботи так і фінансові результати компанії в цілому.

Наступним елементом є впровадження модулю штучного інтелекту, який аналізуватиме історію закупівель, обсяги відвантажень та поведінкові патерни клієнтів. Такий інструмент здатний формувати прогноз попиту на різні товарні групи та пропонувати оптимальну конфігурацію зберігання. Наприклад, товари, що демонструють високий рівень попиту у певні періоди, будуть розміщуватись ближче до зон відвантаження, що скорочує час збору замовлень і зменшує

навантаження на працівників [48]. Крім того, прогнозування дозволить більш точно формувати товарні партії для клієнтів і підтримувати необхідний рівень обігових запасів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

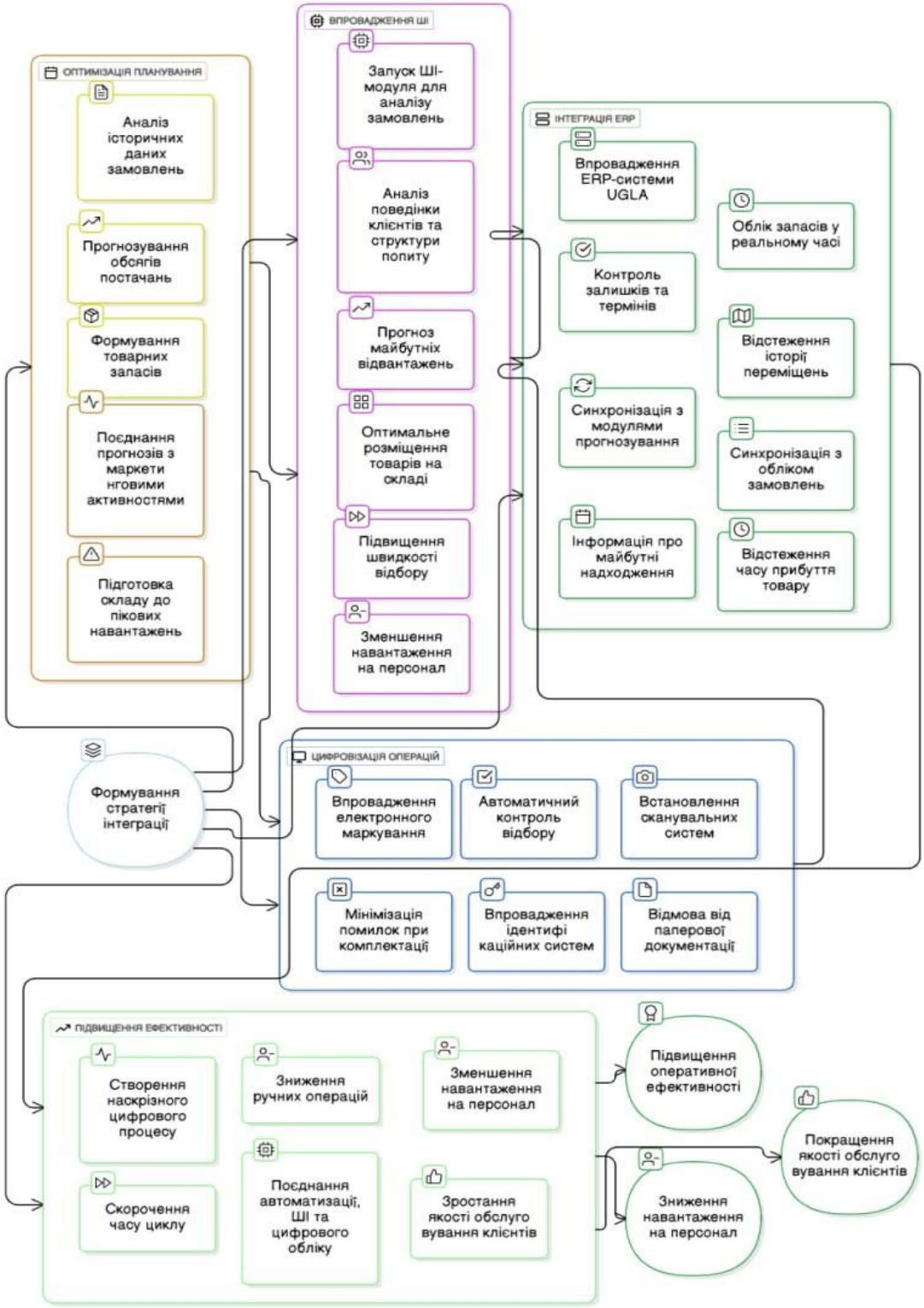


Рис. 3.1. Стратегія інтеграції складської логістики та маркетингової діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: сформовано автором

Орієнтовні витрати на використання ШІ-інструмента для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» наведено на рис. 3.2.

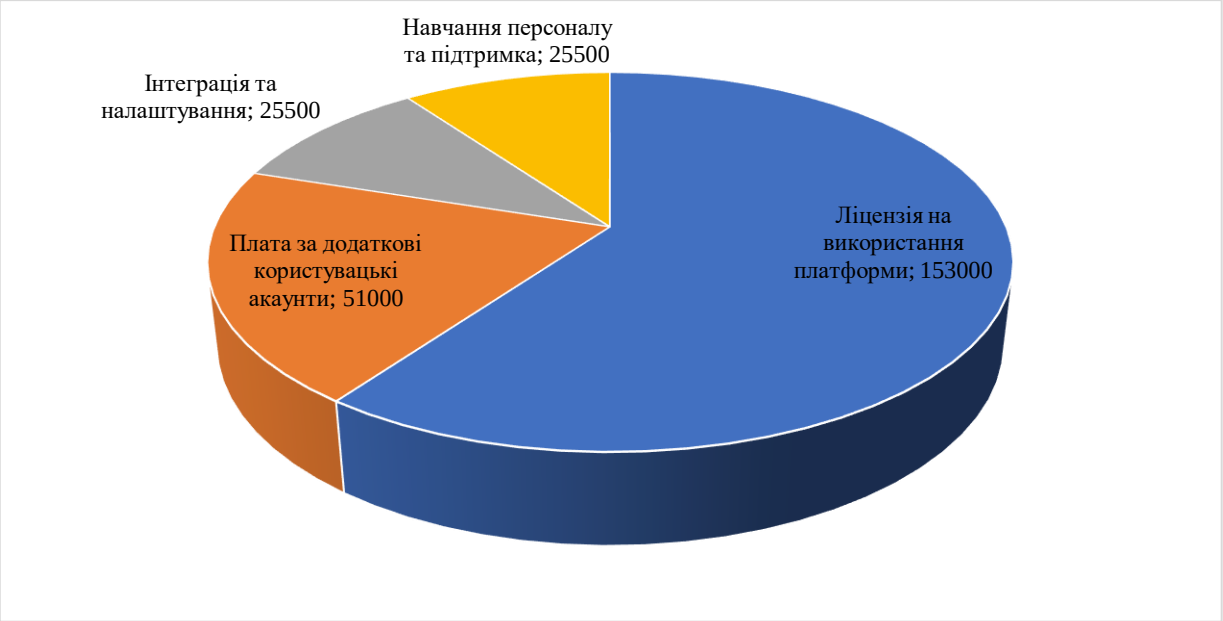


Рис. 3.2. Структура витрат на впровадження ШІ-модуля для планування в складську та маркетингову діяльність ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: узагальнено автором на основі [49]

Структура витрат показує, що найбільшу частку складають витрати на програмне забезпечення та ліцензійний доступ, що забезпечують роботу алгоритмів прогнозування попиту, розрахунку складського завантаження та оптимізації внутрішньоскладських процесів. Окрему категорію становитимуть витрати на підключення додаткових користувачів системи, оскільки до роботи з аналітичним інструментом передбачається залучення працівників складського відділу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Витрати на інтеграцію, налаштування та навчання персоналу формують порівняно невелику частину загального бюджету, проте є визначальними для коректного запуску системи та швидкого досягнення операційного ефекту. Інтеграційні роботи дозволяють синхронізувати ШІ-модуль з існуючою WMS та ERP-архітектурою, а навчання персоналу забезпечує правильне інтерпретування прогнозів і рекомендацій системи при плануванні складських операцій в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Сукупний витрат складає 255 тис. грн та оцінюється як цілком доступний для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» та може бути компенсований у коротко- та середньостроковій перспективі завдяки підвищенню продуктивності складу, зниженню кількості помилок, скороченню часу обробки замовлень та більш точному плануванню складських запасів. Впровадження ШІ-модуля є економічно доцільним, оскільки сприяє зростанню операційної ефективності та підвищенню якості логістичного сервісу для клієнтів.

Третім стратегічним аспектом виступає цифровізація складських процесів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», а важливим кроком у цьому напрямі є впровадження електронного маркування товарних одиниць, партій і палет. Електронні коди забезпечуватимуть автоматичну ідентифікацію під час приймання та відвантаження товарів, що практично усуне ризик помилкового формування замовлень. Відсутність потреби у ручній перевірці скоротить тривалість циклу обробки товару, підвищить рівень точності та знизить залежність від людського фактора. Така модернізація також полегшить аудит складських запасів та підтримання актуальних даних про рух товарів [50].

Наступним кроком є інтеграція сучасної ERP-системи, зокрема UGLA, яка забезпечуватиме наскрізний облік товарів на складі в режимі реального часу. ERP платформа дозволить вести автоматичну реєстрацію приходу та витрат складських запасів, відстежувати терміни придатності, формувати документи та повідомлення для клієнтів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Окремою перевагою є можливість внесення даних постачальником ще до відправлення товару, що дає клієнтам інформацію про приблизний час прибуття, характеристики товару та потреби щодо його розміщення. Таким чином ERP стане інструментом координації між складом, маркетингом, закупівлями та клієнтами.

В табл. 3.1. наведено характеристику функціональних модулів ERP-системи UGLA.

Таблиця 3.1

Характеристика функціональних модулів ERP-системи UGLA

Модуль	Основне призначення	Коротка характеристика
Фінансовий	Облік і контроль фінансів	Автоматизує бухгалтерський та управлінський облік, формування документів, податків і звітності; інтегрується з банками для швидкої обробки платежів.
HR / Управління персоналом	Кадрові процеси та зарплата	Охоплює оформлення співробітників, табелювання, нарахування зарплати; пов'язаний із фінансами для уникнення дублювання даних.
Запаси та логістика	Контроль товарів і запасів	Відстежує рух товарів, оптимізує складські залишки, планує закупівлі; зменшує ризики дефіциту чи надлишків.
Виробництво	Планування та контроль виробництва	Дозволяє формувати виробничі плани, стежити за виконанням замовлень і собівартістю; виявляє затримки та перевитрати.
CRM	Управління клієнтами та продажами	Зберігає історію взаємодії, допомагає супроводжувати угоди та виконання замовлень; підвищує рівень клієнтського сервісу.
Аналітика (BI)	Звіти та прийняття рішень	Формує аналітичні панелі й звіти на основі даних усіх модулів; дає змогу оцінювати ефективність бізнесу.

Джерело: узагальнено автором на основі [50]

Фінансовий модуль UGLA є ключовим, оскільки забезпечує бухгалтерський і управлінський облік за українськими стандартами, автоматизацію фінансових документів, податків і звітності, а також інтеграцію з банківськими системами, що підвищує точність і швидкість фінансових операцій. Модуль управління персоналом охоплює повний кадровий цикл і тісно інтегрований з фінансами, що зменшує помилки та підвищує прозорість розрахунків. Модуль управління запасами й логістики дозволяє контролювати рух товарів, оптимізувати запаси та планувати закупівлі, знижуючи витрати на зберігання й простої. Виробничий модуль забезпечує планування та контроль виробничих процесів, ресурсів і собівартості, підвищуючи ефективність і прогнозованість випуску. CRM-модуль відповідає за управління взаємовідносинами з клієнтами, зберігання історії взаємодій і підтримку високого рівня сервісу. Аналітичний модуль інтегрує дані всіх підсистем, формує звіти та дашборди і допомагає керівництву оперативно приймати управлінські рішення. У сукупності модулі UGLA створюють єдину

інформаційну систему, яка підвищує ефективність управління, оптимізує бізнес-процеси та адаптується до потреб конкретного підприємства.

Практичне використання модулів UGLA на підприємствах демонструє, наскільки система здатна підвищити ефективність управління та оптимізувати бізнес-процеси (рис. 3.3).



Рис. 3.3. Характеристика практичного застосування модулів UGLA на підприємствах

Джерело: узагальнено автором на основі [50]

Практичне застосування модулів UGLA демонструє їх ефективність у різних сферах діяльності підприємства. Фінансовий модуль автоматизує облік і формування документів, забезпечує контроль грошових потоків, бюджетування та інтеграцію з банками, що підвищує точність і оперативність управлінських рішень. HR-модуль спрощує кадровий облік, нарахування заробітної плати, планування

графіків і розвиток персоналу, значно скорочуючи час на рутинні операції. Модуль управління запасами та логістики дозволяє контролювати залишки, планувати закупівлі й поставки, зменшуючи простої та втрати. Виробничий модуль забезпечує планування та контроль виробничих циклів, ресурсів і собівартості, підвищуючи ефективність використання обладнання. CRM-модуль упорядковує роботу з клієнтами, покращує контроль замовлень і підвищує лояльність. Аналітичний модуль інтегрує дані всіх підсистем у звіти та дашборди, що дозволяє керівництву оцінювати ефективність підрозділів і приймати обґрунтовані стратегічні рішення. У сукупності модулі UGLA формують єдину інформаційну екосистему, яка забезпечує прозорість, оптимізацію бізнес-процесів і зростання продуктивності підприємства.

На рис. 3.4. наведено ціну ERP-системи UGLA, яку сплачуватиме ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

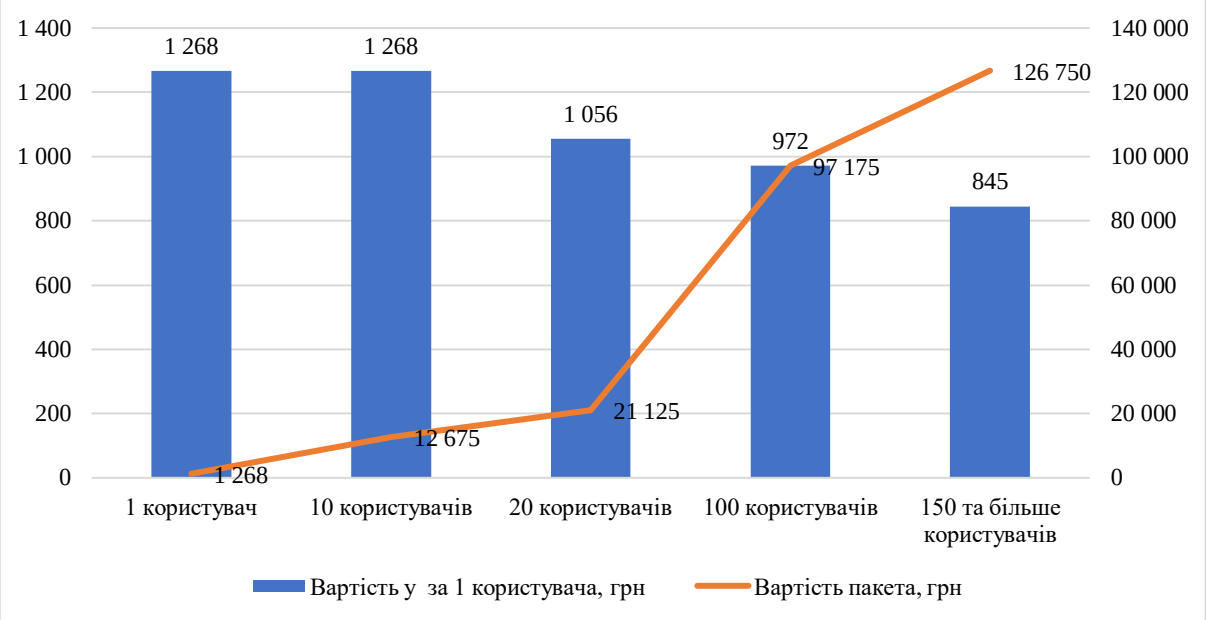


Рис. 3.4. Вартість ERP-системи UGLA для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», грн на рік

Джерело: узагальнено автором на основі [50]

Проведений аналіз вартості впровадження ERP-системи UGLA свідчить про доцільність її використання в рамках інтеграції складських та маркетингових процесів підприємства. Цінова модель системи корелює з рівнем функціональної

підтримки та обсягом можливостей, які вона забезпечує, зокрема в частині обліку товарних запасів, синхронізації даних між логістичним та маркетинговим підрозділами, відстеження попиту та координації взаємодії з клієнтами. Вартість підключення до системи для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» становить 12 675 грн на рік і є економічно прийнятною для компанії, враховуючи потенційну економію часу, скорочення операційних витрат та підвищення точності управлінських рішень.

Впровадження даної стратегії полягатиме у підвищенні операційної ефективності складу, адже поєднання автоматизації, прогнозування та цифрового обліку дозволить зменшити ручні операції, знизити навантаження на працівників та скоротити час проходження товару. Працівники отримають можливість виконувати більший обсяг завдань без перевантаження, а клієнти – отримувати замовлення швидше та без помилок. Синхронізація маркетингових програм з складськими логістичними процесами дасть змогу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» більш гнучко реагувати на зміни попиту та пропонувати сервіс, який відповідає очікуванням ринку електронної комерції, а також забезпечить підвищення швидкості та точності складських процесів, мінімізацію помилок персоналу та та прогнозованість постачань.

3.2. Використання сучасних цифрових технологій та WMS-систем для підвищення ефективності та гнучкості складу

Центральним елементом цифрової взаємодії, її інтеграція з іншими інформаційними платформами виступає ERP оскільки забезпечує наскрізне планування та контроль як маркетингових, так і складських операцій (рис. 3.5).

Завдяки інтеграції клієнтські замовлення, маркетингові дані про попит та логістичні параметри обробляються не ізольовано, а у межах спільної платформи, що створить передумови для точнішого прогнозування завантаженості складу та оптимального планування товарних запасів. В ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» функцію центрального ядра виконуватиме ERP-система UGLA, що поєднуватиме аналітичні модулі, WMS-систему управління складом, інструменти електронної ідентифікації

та транспортно-логістичні блоки. Така архітектура дозволить автоматично трансформувати маркетингові сигнали, зокрема акції, зміни асортименту, сезонні коливання та омніканальні продажі у конкретні складські операції, що підвищить швидкість формування замовлень та знизить ймовірність помилок. Особливо важливою є можливість зворотного обміну даними, коли фактичні результати складських процесів повертаються у маркетингові та комерційні модулі та використовуються для корекції сервісних стандартів і прогнозів [50].

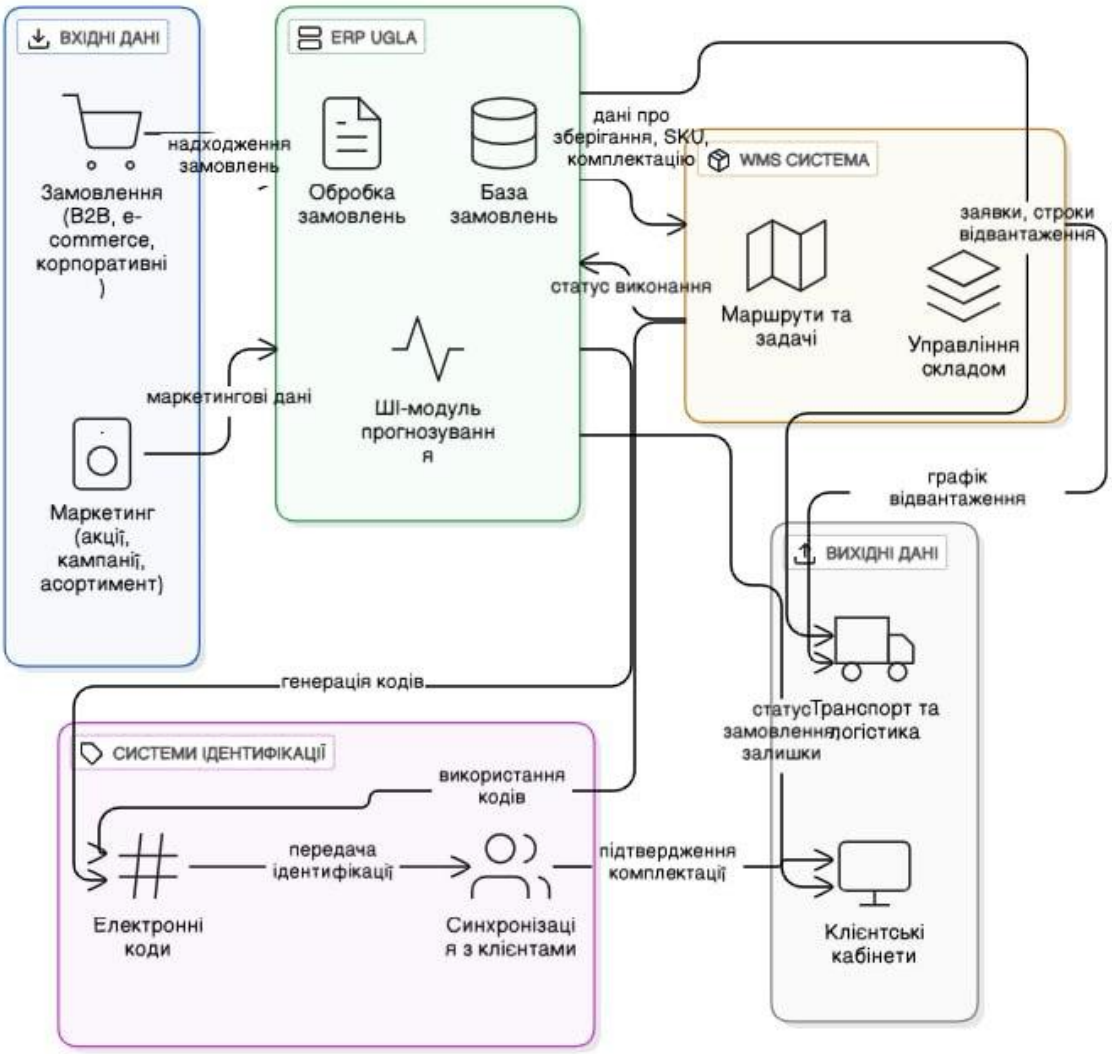


Рис. 3.5. Схема інтеграції ERP-системи UGLA з іншими складськими та маркетинговими системами ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: сформовано автором

Таким чином інтеграція ERP з ШІ, WMS та системою електронної ідентифікації сформується як технологічна основа для переходу до моделі

проактивного управління складською логістикою, у якій рішення приймаються не лише за фактом, а й на основі прогнозів. Власне такий перехід сприятиме зростанню операційної ефективності, підвищенню точності обліку, мінімізації ручної праці та значно розширить можливості ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» щодо швидкого реагування на зміни ринку та вимоги клієнтів.

Слід відзначити, що інтеграція ШІ модуля створить якісно новий рівень управління складськими процесами, оскільки дозволить не лише автоматизувати окремі операції, а й забезпечити їх проактивне планування. Завдяки використанню прогнозних алгоритмів ШІ стане можливим завчасно оцінювати навантаження на склад, розподіляти товарні позиції з урахуванням їх оборотності та оптимізувати використання площі, техніки і персоналу без необхідності нарощування ресурсів, що власне сприятиме зменшенню часу на комплектацію замовлень, зниженню частки ручних дій та мінімізації операційних помилок працівників складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» .

Важливою перевагою стане підвищення точності обліку та формування можливості контролю процесів у реальному часі, що забезпечить прозорість для керівництва ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» і дозволить оперативно реагувати на відхилення. Впровадження ШІ також посилить функцію підтримки управлінських рішень, оскільки генеруватиме рекомендації щодо зміни режимів роботи складу, переналаштування внутрішньоскладської логістики або корекції графіків персоналу (табл. 3.2).

Наведена на рис. 3.6 схема впровадження ШІ-модуля у WMS систему демонструє перехід від традиційного складського управління до аналітично орієнтованої моделі, у якій ключові операційні рішення формуються на основі прогнозів та даних, а не лише поточної ситуації.

Інтеграція ШІ дозволить узгодити інформацію між різними внутрішніми системами та забезпечить логічну послідовність процесів – від збору даних і прогнозування навантаження до адаптації складських операцій і контролю виконання в режимі реального часу. Такий підхід сформує можливість оптимізувати логістику товарних потоків, скоротити зайві переміщення та

мінімізувати затримки при комплектації й відвантаженні замовлень ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Таблиця 3.2

Характеристика ролі ШІ модуля в покращенні WMS системи складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Напрям впливу	Роль ШІ-модуля	Очікуваний ефект
Прогнозування складських навантажень	Аналізує історію замовлень, сезонні піки, структуру попиту і прогнозує обсяги товарообороту	Забезпечення готовності складу до пікових періодів і уникнення затримок
Планування розміщення товарів	Розраховує оптимальні зони зберігання для SKU з різним рівнем попиту	Скорочення часу відбору та підвищення продуктивності персоналу
Оптимізація використання складських ресурсів	Пропонує оптимальні сценарії використання площ, техніки та персоналу	Підвищення ефективності роботи складу без додаткових витрат
Зменшення помилок у комплектації	Підтримує WMS через електронну ідентифікацію та рекомендаційні алгоритми	Зниження кількості помилок при формуванні замовлень та претензій клієнтів
Контроль операцій у реальному часі	Відстежує виконання процесів і формує попередження про можливі відхилення	Підвищення точності обліку та зменшення втрат від неузгодженостей
Автоматизація обробки даних	Виконує аналіз даних без участі оператора та передає результат у WMS	Скорочення часозатрат на адміністративні операції
Підтримка управлінських рішень	Формує рекомендації щодо зміни режимів роботи складу та кадрових розкладок	Оптимізація графіків роботи і скорочення простоїв
Підвищення сервісної якості	Забезпечує відповідність логістичного сервісу очікуванням клієнтів	Зростання лояльності клієнтів та конкурентних переваг компанії

Джерело: сформовано автором

Важливим результатом є підвищення точності планування, що дозволить складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» працювати у більш передбачуваному режимі та ефективно розподіляти ресурси, включаючи площу, техніку та персонал. Формування зворотного зв’язку та самонавчання алгоритмів створить умови для постійного вдосконалення управлінських рішень і корекції операцій залежно від зміни попиту та структури замовлень.

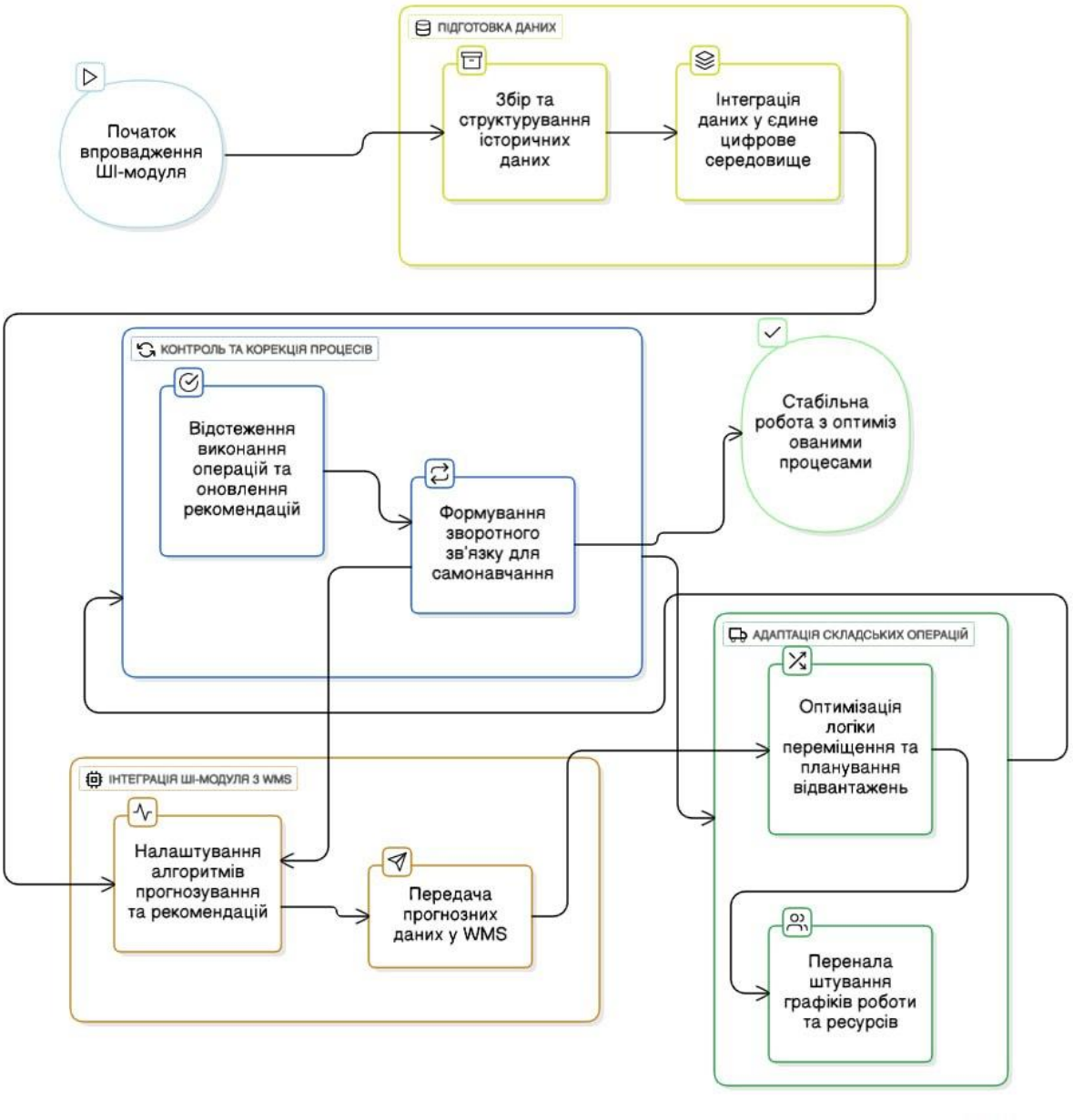


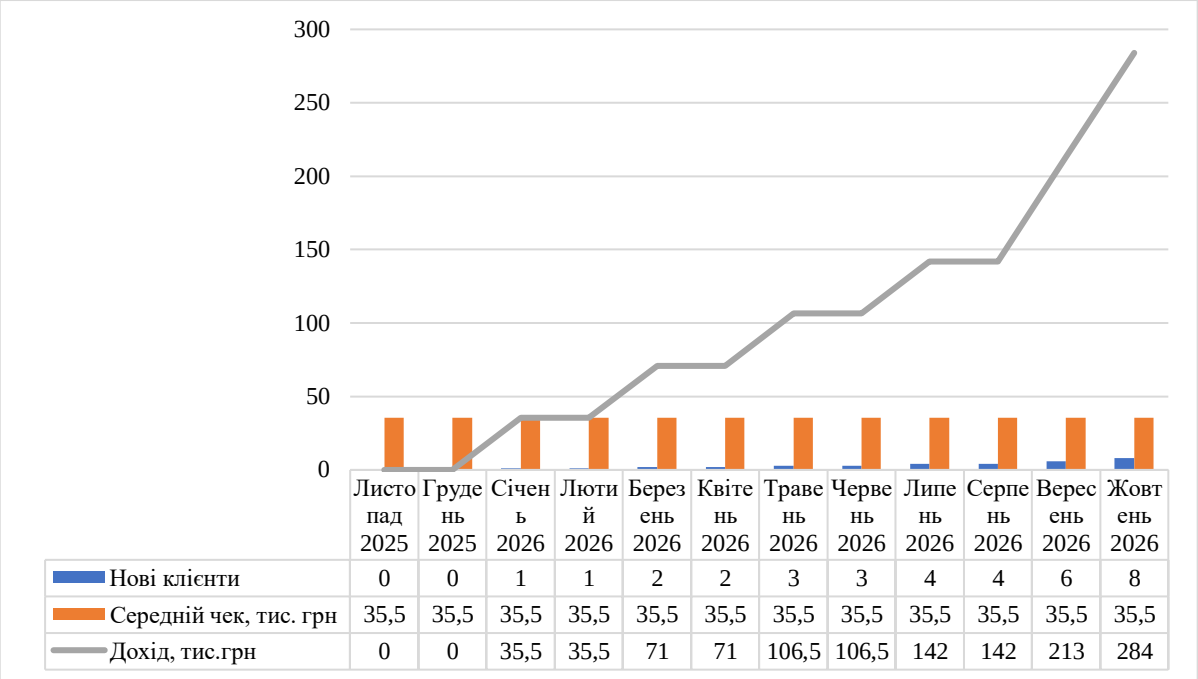
Рис. 3.6. Блок-схема впровадження ШІ модуля у WMS систему складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Джерело: сформовано автором

Отже, впровадження ШІ в контур WMS сприятиме підвищенню продуктивності складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», прискорить процеси обробки товарів, зменшить кількість помилок та підвищить рівень логістичного сервісу для клієнтів компанії.

3.3. Розробка та економічне обґрунтування комплексу заходів з клієнтоорієнтованої оптимізації складських процесів

Отже, у даному підрозділі розглядається прогнозований економічний ефект, який може бути отриманий ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» у разі впровадження стратегії інтеграції складської логістики та маркетингової діяльності. Наведені розрахунки ґрунтуються на узагальненні результатів впровадження аналогічних рішень на підприємствах логістичної галузі, де застосування ШІ-модулів забезпечувало зростання операційної ефективності та обсягів замовлень. Зокрема, за результатами таких впроваджень фіксувалося збільшення кількості замовлень від нових клієнтів, що, відповідно, позитивно впливало на загальний обсяг продажів. Аналогічний ефект прогнозується й для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» у разі реалізації запропонованої стратегії (рис. 3.7).



	Листопад 2025	Грудень 2025	Січень 2026	Лютий 2026	Березень 2026	Квітень 2026	Травень 2026	Червень 2026	Липень 2026	Серпень 2026	Вересень 2026	Жовтень 2026
Нові клієнти	0	0	1	1	2	2	3	3	4	4	6	8
Середній чек, тис. грн	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5	35,5
Дохід, тис.грн	0	0	35,5	35,5	71	71	106,5	106,5	142	142	213	284

Рис. 3.7. Динаміка додаткового доходу від інтеграції ШІ-модуля в складську логістику ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», тис. грн.

Джерело: сформовано автором

На основі даних рис. 3.7 видно поступове зростання показників, що відображає економічний ефект від інтеграції ШІ-модуля у складську логістику

ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Починаючи з січня 2026 р., очікувано відбуватиметься систематичне залучення нових клієнтів, кількість яких планово зростатиме з 1 до 8 за десять місяців. У результаті дохід ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» показує чітку висхідну динаміку – від нульових значень у кінці 2025 р. (так як потрібно час для отримання нових клієнтів саме в контексті оптимізації складської роботи) до 284 тис. грн у жовтні 2026 р..

Сукупний ефект полягає у розширенні клієнтської бази, прогнозованості доходів та формуванні нового потоку виручки, що пов’язано з підвищеним рівнем цифровізації складських процесів та автоматизованою роботою з клієнтськими даними. Власне наявність додаткового доходу підтверджує економічну доцільність впровадження ШІ в складські процеси ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Впровадження ERP-системи UGLA матиме позитивний вплив на показники КПІ працівників складу (табл. 3.2). Як видно з розрахунків, наведених в табл. 3.3, після інтеграції ERP-системи UGLA планово підвищяться точність відвантаження та комплектації, відповідність замовленням та інші параметри, що напряму впливають на якість обслуговування клієнтів та рівень логістичного сервісу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Суттєве покращення спостерігається також у швидкісних показниках, адже зросте швидкість комплектації та навантаження, а обсяг оброблених вантажів планово збільшиться більш ніж на 10 %, що свідчить про зменшення простоїв і оптимізацію робочого часу працівників складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Окремої уваги заслуговують зворотні показники, так як кількість помилок та рівень претензій клієнтів, які після цифровізації планово знизяться, що вказує на скорочення операційних ризиків і підвищення точності обліку. Покращення процесів контролю, виявлення браку та дотримання техніки безпеки демонструє, що ERP-модуль сприятиме не лише комерційним показникам, а й підвищенню стандартів якості та безпечності складських операцій в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Отже, ERP-система UGLA підвищить прозорість складських процесів, зменшить ймовірність людських помилок і дозволить персоналу працювати продуктивніше,

що значно посилить конкурентні переваги ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» в логістичному сегменті.

Таблиця 3.3

Оцінка впливу ERP-системи UGLA на КПІ показники працівників складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Посада	Показник КПІ	До впровадження ERP-системи UGLA	Після впровадження ERP-системи UGLA	Результат
Керівник складського відділу	Точність відвантаження, %	89	95,68	6,68
	Своєчасність виконання замовлень, %	87	92,74	5,74
	Рівень претензій клієнтів, %	5,9	5,32	-0,58
Приймальник товарів	Точність приймання, %	86	93,31	7,31
	Своєчасність відображення в системі, %	84	88,62	4,62
	Кількість помилок, %	5,1	4,66	-0,44
Контролер відвантажень	Відповідність замовленням, %	86	91,93	5,93
	Виявлення браку, %	82	91,84	9,84
	Якість контролю, %	84	91,31	7,31
Комірник	Швидкість комплектації замовлень, %	83	91,13	8,13
	Точність комплектації, %	87	94,40	7,40
	Коректність складування, %	84	89,80	5,80
Вантажники (сумарно 6 осіб)	Обсяг оброблених вантажів, %	79	89,27	10,27
	Швидкість навантаження, %	81	90,15	9,15
	Дотримання техніки безпеки, %	91	95,73	4,73

Джерело: сформовано автором

Наступним продемонструвати вплив інтеграції ШІ модуля у автоматичну систему управління складом та визначити зміни показників ефективності використання складів компанії (табл. 3.4).

Таблиця 3.4

Вплив інтеграції ШІ модуля у WMS на показники ефективності використання складів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК»

Показник	До впровадження ШІ модуля у WMS	Після впровадження ШІ модуля у WMS	Результат
Коефіцієнт використання площі	0,86	0,937	0,077
Корисний об’єм складу, м³	16 500	18500	2000
Загальний об’єм складу, м³	25 000	25 000	0,000
Коеф. використання об’єму	0,66	0,74	0,080
Вантажооборот, т	22 000	25300	3300
Питомий вантажооборот, т/м²	8,8	9,944	1,144
Обіговість складу, оборотів	12,22	13,185	0,965

Джерело: сформовано автором

Аналіз показав (табл. 3.4), що найбільш помітні зрушення стосуються раціональнішого використання складської площі та об'єму, адже коефіцієнт використання площі планово зросте з 0,86 до 0,937, а коефіцієнт використання об’єму підвищився з 0,66 до 0,74, що свідчить про покращення процесів розміщення товарів і оптимізацію внутрішньоскладської логістики ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК».

Додатково збільшаться показники вантажообороту та питомого вантажообороту, що вказує на підвищення інтенсивності обігу товарів через склад та зменшення простоїв. Обіговість складу також зросте, що демонструє швидше оновлення товарних запасів та більш ефективне планування товарних потоків в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Важливо, що загальний об’єм складу залишиться незмінним, а отже досягнутий приріст ефективності відбудеться не за рахунок розширення площ, а за рахунок кращого управління ними за допомогою технологій ШІ. Отже, використання ШІ в системі керування складом ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» дозволить підвищити продуктивність складських операцій,

інтенсифікувати обіг товарів та збільшити корисне використання складської інфраструктури, що створить додаткову економічну вигоду для підприємства.

Слід відзначити, що інтеграція ШІ-модуля у WMS та ERP-системи в комплексі сформує значно ширший ефект, ніж окремі технологічні покращення. Поєднання цих цифрових інструментів забезпечить оптимізацію ключових складських процесів ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» – від планування надходжень до формування відвантаження. Завдяки автоматичному аналізу замовлень, точнішому прогнозуванню товарних потоків та синхронізації роботи персоналу з системою зменшиться кількість ручних операцій та логістичних затримок, що скоротить час опрацювання одного замовлення, прискорить завантаження та відправку машин, а також покращить координацію між комірниками, контролерами і вантажниками.

Одним із важливих ефектів стане зростання узгодженості процесів в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», адже система автоматично розподілятиме навантаження, знижуючи пік операційних перенапружень, що раніше виникали через відсутність цифрового планування або надмірну залежність від людського фактору. У результаті підвищиться продуктивність праці працівників складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», зменшиться кількість помилок та прискориться оборотність складських запасів.

Вище зазначені зміни матимуть також прямий фінансовий наслідок, адже оптимізація операцій дозволяє збільшити пропускну здатність складу ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» без фізичного розширення площ, що створить додаткову виручку. Визначено, що загальний приріст виручки складе 6 % за рахунок збільшення швидкості виконання замовлень, підвищення сервісного рівня та залучення нових клієнтів. Одночасно автоматизація знизить витрати ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК», так як менше часу втрачатиметься на обробку документів, зменшаться простої, мінімізуються помилки, що призведе до скорочення загальних операційних витрат компанії 5 % (табл. 3.5).

Аналізуючи табл. 3.5 слід відмітити, що після впровадження стратегії чистий дохід ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» зросте з 99 385,3 тис. грн до 105 348,4 тис. грн., при цьому собівартість реалізованої продукції зменшиться на 1 641,1 тис. грн, що

є важливим фактором підвищення маржинальності. Валовий прибуток збільшиться на 7 603,8 тис. грн, а прибуток до оподаткування на 1 207 тис. грн. Чистий прибуток також зросте на 994 тис. грн, що свідчить про реальний приріст фінансової віддачі від операційної діяльності.

Таблиця 3.5

Прогнозна динаміка фінансових показників ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» після впровадження стратегії інтеграції складської логістики та маркетингової діяльності

Показник	До впровадження стратегії	Після впровадженян стартегії	Абсолютний ріст (+/-)
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), тис, грн	99385,3	105348,4	5963,1
Собівартість реалізованої продукції, тис, грн	34462,7	32821,6	-1641,1
Валовий прибуток (збиток), тис, грн	64 923	72526,8	7603,8
Фінансовий результат до оподаткування, тис, грн	6 221,10	7428,1	1207,0
Чистий прибуток, тис, грн	5097	6091,0	994,0
Загальна вартість активів, тис, грн	95395,2	95662,8	267,6
Середньооблікова чисельність працівників, осіб,	30	30	0
Середньорічна продуктивність праці 1-го працівника, тис, грн/ос,	3312,84	3511,61	198,77
Власний капітал, тис, грн	11749,2	11749,2	0
Рентабельність продажів, %	5,13	5,782	0,652
Рентабельність активів, %	5,34	6,367	1,027
Рентабельність власного капіталу	43,38	51,842	8,462

Джерело: сформовано автором

Показники ефективності використання ресурсів також суттєво покращаться, адже середньорічна продуктивність праці одного працівника зросте на 198,77 тис. грн, рентабельність продажів виросте з 5,13 % до 5,78 %, а рентабельність активів з 5,34 % до 6,37 %, що демонструє підвищення ефективності використання майна компанії. Найбільш суттєво зросте показник рентабельності власного капіталу – на 8,46 %, що говорить про підвищення дохідності інвестицій власників та ефеквтиінсть запропонованої стратегії.

Також слід відзначити, що загальна вартість активів виросте тільки 267,6 тис. грн, а чисельність персоналу залишилася стабільною, що вказує на відсутність

потреби в додаткових кадрових або матеріальних ресурсах для досягнення покращених результатів. У комплексі ці зміни підтверджують ефективність стратегії інтеграції складської логістики та маркетингу та важливість цифрової трансформація складської логістики. Визначено, що впровадження технологій не лише оптимізує операційні процеси, але покращить фінансові результати ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» та дозволить керівництву не тільки покращити роботу свого персоналу, але й отримати економічну вигоду у вигляді зростання показників прибутковості та зменшенні витрат.

Висновок до розділу 3.

Реалізація стратегічних напрямів інтеграції складської логістики та маркетингової стратегії в ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» показує, що компанія переходить від роз'єднаного управління підсистемами до єдиного, узгодженого контуру управління попитом, запасами та операціями. Запропонована модель поєднання прогнозного планування, використання штучного інтелекту, електронного маркування та ERP-рішень дасть змогу перетворити склад не лише на фізичний центр зберігання, а на ключовий елемент реалізації маркетингових рішень. Інструменти ШІ покликані забезпечити більш точне прогнозування попиту, оптимальне розміщення товарів і своєчасну підготовку складу до пікових навантажень, тоді як ERP-система створить прозорий інформаційний простір між складом, клієнтами та маркетингом. Таке поєднання дозволить підвищити швидкість і надійність обслуговування, зменшити ризик помилок і краще адаптувати логістичну інфраструктуру до маркетингових активностей, сезонності та змін у структурі попиту.

Впровадження сучасних цифрових технологій та інтеграція WMS, ERP і ШІ-модуля формують новий рівень керованості та гнучкості складської логістики ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». Потенційний ефект проявляється в більш раціональному використанні площі та об'єму складів, зростанні продуктивності працівників, скороченні тривалості циклу обробки замовлень та зменшенні частоти помилок. Інтеграція ШІ-модуля у WMS підсилить функції планування, контролю та підтримки управлінських рішень, а поєднання з ERP забезпечить повну прозорість

товарних потоків і зворотний інформаційний зв’язок з маркетинговими підрозділами. У результаті склад стане не просто операційною ланкою, а цифровим ядром логістичної системи, здатним швидко адаптуватися до змін ринку.

Слід відзначити, що моделювання показників після впровадження ШІ-модуля та ERP-системи свідчить про зростання доходів через залучення нових клієнтів, зниження собівартості завдяки скороченню операційних витрат, підвищення валового та чистого прибутку, а також покращення рентабельності продажів, активів і власного капіталу. Одночасно відбудеться приріст середньорічної продуктивності праці без збільшення чисельності персоналу, що означає інтенсивний, а не екстенсивний характер розвитку. Економічні розрахунки ефективності стратегії підтверджують доцільність обраних заходів, адже вони забезпечують приріст фінансових результатів без суттєвого збільшення ресурсної бази. Отже, цифрова трансформація складської логістики стане для ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» не лише інструментом операційного вдосконалення, а й ключовою умовою зміцнення конкурентних позицій на ринку логістичних послуг України.

ВИСНОВКИ

Складська логістика посідає ключове місце в логістичній системі підприємства, оскільки саме на складі концентруються операції з руху, зберігання, перетворення та обліку матеріальних потоків. Вона поєднує організаційні, управлінські й технологічні функції, трансформує виробничий асортимент у ринковий та забезпечує необхідний рівень запасів і сервісу. Ефективна організація складських процесів дає змогу мінімізувати витрати, уникати перебоїв у постачанні та підтримувати безперервність виробництва і збуту, безпосередньо впливаючи на загальну результативність підприємства.

Маркетингове середовище та маркетинг-мікс формують вимоги до роботи складу, а складська логістика забезпечує практичну реалізацію маркетингових стратегій. На основі попиту й очікуваного рівня сервісу плануються обсяги запасів, формати обробки та швидкість відвантаження. Таким чином, склад матеріалізує рішення за елементами 7P, забезпечуючи наявність товару, доступність, сервісну підтримку та підтвердження якості. Використання цифрових технологій посилює взаємодію між маркетингом і логістикою, формуючи замкнений цикл обміну інформацією та підвищуючи конкурентоспроможність підприємства.

Сучасні підходи до управління складом свідчать про перехід від функції зберігання до стратегічного управління складським комплексом. Поєднання традиційних, процесних, Lean, Agile і цифрових моделей дозволяє адаптувати управління до складності операцій і динаміки попиту. Система KPI дає змогу оцінювати ефективність використання площі, об’єму та вантажопотоків, виявляти «вузькі місця» й забезпечувати безперервне вдосконалення процесів.

Аналіз діяльності ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК» у 2022–2024 рр. показав масштабування бізнесу: зросли дохід, прибуток, активи та продуктивність праці. Водночас певне зниження рентабельності свідчить про зростання витрат у період активного розширення. Показники складської діяльності демонструють позитивну динаміку: підвищилися коефіцієнти використання площі та об’єму, майже подвоїлася обіговість складу, зросли точність відвантаження і своєчасність виконання замовлень, зменшилась частка претензій клієнтів. Разом із тим

зростання помилок у прийманні та значна частка ручних операцій вказують на потребу в подальшій автоматизації.

Дослідження маркетингових факторів підтвердило залежність складських процесів від змін попиту, сезонності та розвитку e-commerce. PEST- і SWOT-аналізи засвідчили наявність сильної інфраструктурної бази підприємства та перспектив розвитку через автоматизацію, інтеграцію з інформаційними системами клієнтів і розширення фулфілмент-послуг. Водночас внутрішні обмеження й зростаючий зовнішній тиск зумовлюють необхідність цифрової трансформації.

Запропонована стратегія інтеграції складської логістики з маркетинговою політикою передбачає впровадження ERP-системи, WMS та ШІ-модуля. Це дозволить підвищити точність прогнозування попиту, оптимізувати розміщення товарів, скоротити цикл обробки замовлень і зменшити кількість помилок. Інтеграція цифрових рішень забезпечить прозорість товарних потоків і узгодженість дій між складом та маркетингом.

Очікуваний ефект полягає у зростанні доходів, скороченні витрат і підвищенні рентабельності без розширення ресурсної бази. Покращаться показники використання складських площ, продуктивність персоналу, швидкість обробки замовлень та якість сервісу. У результаті склад трансформується з операційного підрозділу в цифрове ядро логістичної системи підприємства, здатне гнучко реагувати на зміни ринку та забезпечувати довгострокову конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Романюк, О. (2023). Складське господарство та підходи до фінансування стартапів у логістичній галузі. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (3(71), 74–84. https://doi.org/10.31732/2663-2209-2022-71-74-84 (дата звернення 09.01.2026)

2. Бойко, Є.О., Сіренко, І.В., Трушлякова, А.Б., Носар, А.А. (2021). Розвиток складської логістики на мікро-, мезо-, макрорівнях. *Український журнал прикладної економіки*, 6(2), 41-47. URL: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-2-5 (дата звернення 09.01.2026)

3. Луценко, І. С., Матіяш, Д. О. (2022) Інноваційні технології в логістиці. III Міжнародна науково-практична конференція «Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи». Збірник. тез доп. III Міжнар. наук.-практ. Конференції, 72-73. URL: http://confmanagement.kpi.ua/ (дата звернення 09.01.2026)

4. Марченко, В. М., Шутюк, В.В. (2018) Логістика: підручник. Київ. Видавничий дім «Артек», 312. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/36003/1/Logistyka_Marchenko.pdf (дата звернення 09.01.2026)

5. Носар, А. А. (2021) Економічна діагностика регіональних особливостей розвитку сфери складської логістики в Україні. *Український журнал прикладної економіки*. 6(1), 344-352. URL: https://doi.org/10.36887/2415-8453-2021-1-41 (дата звернення 09.01.2026)

6. Петриковець, О. В., Кириченко, А.І, Стрелко, О. Г., Горецький, О. А., (2012) Скорочення витрат на складську логістику в системі "cross-docking". *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту.* 20, 262-265. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Znpdetut_tsit_2012_20_40 (дата звернення 09.01.2026)

7. Пучкова, С. І. (2022) Інноваційний розвиток складської логістики в торговельній сфері. II Міжнар. наук.-практ. конф., 142-146. URL: http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/45849 (дата звернення 09.01.2026)

8. Родванскі К. А. Функції та значимість складської логістики. Логістичний та маркетинговий менеджмент : матеріали секції Харківський національний

автомобільно-дорожній університет. Харків, 2021. С. 428. URL https://dspace.khadi.kharkov.ua/server/api/core/bitstreams/aabc73b8-d571-40aa-9f82-06cd4f7cb536/content

9. Складська логістика : навчальний посібник В. Є. Марчук, М. Ю. Григорак, О. М. Гармаш, О. В. Овдієнко. Київ: ОЛДІ-ПЛЮС, 2020. 256 с.

10. Романюк, О.М. (2023) Інноваційні тренди у логістичному бізнесі. Київ. Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. «Логістика майбутнього: ефективні рішення для торгівлі», 214-216.

11. Романюк, О.М., Пазєєва, Г.М. (2023) Джерела фінансування інноваційних впроваджень у складській логістиці. Київ. І Всеукр. НПК. Збірник доповідей, 61-65.

12. Петренко О. І. Управління складскою діяльність промислових підприємств на логістичних засадах: *Ефективна економіка*. №6. 2017. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5644 (дата звернення 09.01.2026)

13. Холодний Г. О. Маркетингова логістика як основа концепції ефективного підприємництва. Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця. URL:https://journals.kntu.net.ua/index.php/visnyk/article/view/313 (дата звернення 10.01.2026)

14. Кальченко А. Г. Логістика : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2017. 284 с.

15. Барановський В. Трансформація і адаптація логістики до нових обставин в умовах змінних процесів і кризових ситуацій [Електронний ресурс]. 2023. URL: https://logist.fm/publications/transformaciya-i-adaptaciya-logistiki-do-%20novih-obstavin-vumovah-zminnih-procesiv-i (дата звернення 10.01.2026)

16. Величко О., Величко Л., Бутко М., Халатур С. Моделювання стратегічних управлінських рішень в системі маркетингової логістики підприємства. *Інноваційний маркетинг*. 2019. Т. 15, № 2. С. 58–70.

17. Гарасим П., Герасименко О. Концепції стійкості та збалансованості в маркетинговій логістиці. *Економіка, підприємництво, менеджмент*. 2015. Т. 2, № 1(3). С. 21–26.

18. Грищенко О. В., Кірєєв В. С., Дуброва Л. І., Яненко М. Б., Вакуленко Р. Ю. Організація, планування та контроль маркетингової логістики. *Міжнародний журнал економіки та фінансових питань*. 2016. Т. 6, № 8S. С. 166–172.

19. Коніщева Н. Й., Трушкіна Н. В. Управління логістичною діяльністю промислових підприємств. Економіка промисловості. 2019. № 1 (27). С. 114–123.

20. Коломицева О. В., Яковенко В. С. Моделювання процесів оптимального управління логістичними розподільчими системами. *Бізнес Інформ*. 2020. № 7. С. 18–21.

21. Цибуляк А. Г. Особливості розвитку маркетингової логістичної системи як середовища адаптації цифрових інновацій. 2025. № 6. С. 30. URL:https://doi.org/10.32702/2306-6792.2025.6.30 (дата звернення 10.01.2026)

22. Brix-Asala, C. Hahn R. Seuring S. Reverse logistics and informal valorisation at the Base of the Pyramid: A case study on sustainability synergies and trade-offs. *European Management Journal*. Vol. 34. № 4. 2016. P. 414-423.

23. Біліченко В. В, Антонюк О. П. Підвищення ефективності експлуатації рухомого складу АТП шляхом прогнозування потреби в запасних частинах. Проблеми і перспективи розвитку автомобільного транспорту: V- а Міжн. наук.-практ. інтернет-конф., м. Вінниця, 13-14 квітня 2017р.: тези доповіді. Вінниця, 2017. С. 5 - 7.

24. Багорка М.О., Юрченко Н.І. Формування комплексної системи маркетингу на підприємстві. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Том 31 (70). № 1, 2020. URL: https://doi.org/10.32838/2523-4803/70-1-17 (дата звернення 10.01.2026)

25. Бойчук І. В. Вплив комплексу маркетингу на діяльність підприємства в умовах конкуренції. *Вісник ЛТЕУ. Економічні науки*. 2020. № 60. С. 68-74.

26. Борисенко О.С., Табачук Н.О. Теоретичні основи та еволюція розвитку комплексу маркетингу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. Випуск 3 (14). С. 134-141.

27. Дейнека О.Г., Волобуєв В.В., Канна Л. Удосконалення логістичного менеджменту в умовах економічних перетворень. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 166–170.

28. Галинська А.В., Савсюк Б.В. Розробка комплексу маркетингу для українських підприємств АПК. *Економіка і суспільство.* 2018. Випуск 18. URL: https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-18-45 (дата звернення 10.01.2026)

29. Котлер Ф. Основи маркетингу. Класичне видання. Київ: В-во Науковий світ, 2023. 622 с

30. Сохецька А.В. Концептуальні проблеми логістичного управління в контексті підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 43. С. 288–292.

31. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії : посібник. 2-ге вид. доп. і перероб. Львів : Національний університет «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інститут післядипломної освіти), «Інтелект- Захід», 2006. 456 с.

32. Безугла Л.С., Юрченко Н.І., Ільченко Т.В., Пальчик І.М., Воловик Д.В. Логістика: навч. посіб. Дніпро: Пороги, 2021. 252 с.

33. Кустріч Л.О. Логістичні інновації як основа управління підприємством. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 10–14.

34. Аппело Юрген. Менеджмент 3.0. Agile-менеджмент. Лідерство та управління командами. Харків : Ранок : Фабула, 2019, с.6-18

35. Шуміло О. С., Закордонець К. А., Лисений Є. В. Ключові показники ефективності (KPI) – вимір успіху підприємницької діяльності *Економічний простір*. 2024. Вип. 195. С. 8–13. DOI: https://doi.org/10.30838/EP.195.8-13 (дата звернення 11.01.2026)

36. Решетнікова О.В., Даниленко В.І., Боровик Т.В. Роль логістичного менеджменту та маркетингу у сфері надання логістичних послуг. *Економічний простір.* 2020. № 156. С. 151–154.

37. Луценко І.С., Коновалова І.В. Удосконалення управління логістичними процесами як метод покращення діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 430–435.

38. Кузнецова І.О., Карпенко Ю.В., Репін А.О. Прийняття управлінських рішень з удосконалення логістичної системи. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2020. № 2. С. 136–149.

39. Михайлик Н.І. Пріоритетні об'єкти логістичного менеджменту. *Молодий вчений*. 2018. № 3(2). С. 676–679.

40. Луценко І.С., Коновалова І.В. Удосконалення управління логістичними процесами як метод покращення діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 430–435.

41. ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». (2026). Про нас. URL: https://www.diad-logistic.com.ua/o-nas (дата звернення 11.01.2026)

42. ТОВ «ДИАД-ЛОГІСТИК». (2026). Реєстраційні дані підприємства. URL: https://clarity-project.info/edr/39425648 (дата звернення 11.01.2026)

43. Дергачова, Г. М., & Колешня, Я. О. (2020). Цифрова трансформація бізнесу: сутність, ознаки, вимоги та технології. *Економічний вісник НТУУ «КПІ»*.

44. Маркетинг: теоретичні основи маркетингу : навчально-методичний комплекс [Електронний ресурс] : навч. посіб. для студентів спеціальності 075 «Маркетинг». Зозульов О.В., Царьова Т.О.; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2021. – 100 с.

45. Тяжкун Є. В. Інтеграційна взаємодія маркетингу та логістики: сучасні тенденції. *Економіка та суспільство*. 2024. Вип. 59.

46. Леонов О. О., Леонова Т. М. Теорія організації та організаційні структури сучасного корпоративного управління. *Економіка та суспільство*. 2023. Вип. 54.

47. Матвієнко-Біляєва Г. Л., Ляліна Н. С., Котельникова Ю. М. Основні напрями розвитку логістики підприємств та її основні концепції. *Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2019. Вип. 24, ч. 2. С. 119–124.

48. Grand View Research. Artificial intelligence in marketing market (2025–2030) URL: https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/artificial-intelligence-marketing-market-report (дата звернення 15.01.2026)

49. Reply.io. (2025). AI personalization tools: How to personalize customer experiences with AI. https://reply.io/blog/ai-personalization-tools/ (дата звернення 15.01.2026)

50. UGLA ERP, URL: https://miisoft.com.ua/product/ugla/ (дата звернення 16.01.2026)

51. Дейнека О. Г., Волобуєв В. В., Канна Л. Удосконалення логістичного менеджменту в умовах економічних перетворень. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 33. С. 166–170.

52. Кустріч Л. О. Логістичні інновації як основа управління підприємством. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 10–14.

53. Луценко І. С., Коновалова І. В. Удосконалення управління логістичними процесами як метод покращення діяльності підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. № 11. С. 430–435.

54. Макаренко Н. О., Данько Ю. І. Теоретико-методологічний базис управління логістичною діяльністю підприємств. *Вісник ХНАУ. Серія: Економічні науки*. 2020. № 4 (1). С. 75–86.

55. Михайлик Н. І. Пріоритетні об’єкти логістичного менеджменту. *Молодий вчений*. 2018. № 3 (2). С. 676–679.

56. Щербина В. В., Борщенко О. В. Оцінка ефективності складської логістики підприємств. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2019. Вип. 4. С. 38–48

57. Пітель Н. Я., Альошкіна Л. П., Клименко Л. В. Пріоритети державної політики стимулювання логістичних процесів. Економіка та держава. 2018. № 8. С.14-18

58. Зрибнєва І. П. Логістика : навчальний посібник [для студентів ЗВО] / І. П. Зрибнєва. Одеса : Олді+, 2025. 156 с.

59. Окландер М. А. Логістика. К. : Центр учбової літератури, 2023. 346 с.

60. Крикавський Є. Логістика та управління ланцюгами поставок. Л. : Львівська політехніка, 2020. 848 с.

61. Тюріна Н., Гой І., Бабій І. Логістика : навчальний посібник. К. : Центр учбової літератури, 2021. 392 с.

ДОДАТОК

Додаток А

Clarity Project

Фінансова звітність за 2024 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДИАД-ЛОГІСТИК"
М. КИЇВ, ПРОВУЛОК ТБІЛІСЬКИЙ, БУД. 4/10, К. 301 Б
(ТОВ "ДИАД-ЛОГІСТИК")
Код за ЄДРПОУ: 39425648

Дата звіту	27.02.2025
Період	2024 рік, 12 міс
Бухгалтер	Кабанчук К. Г.
КАТОТТГ	UA80000000001078669
Кількість працівників	30

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	3.50	3.50
накопичена амортизація	1002	3.50	3.50
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	0.00
Основні засоби:	1010	16 701.40	20 182.00
первісна вартість	1011	22 555.30	30 082.60
знос	1012	5 853.90	9 900.60
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	0.00
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	0.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	0.00
Усього за розділом I	1095	16 701.40	20 182.00
II. Оборотні активи Запаси:	1100	4 444.60	14 893.80
у тому числі готова продукція	1103	4 330.30	14 696.30
Поточні біологічні активи	1110	0.00	0.00
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	17 884.40	21 403.40
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	206.90	24.90
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	0.90
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	6 977.40	1 829.00
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	0.00
Г роші та їх еквіваленти	1165	22 574.20	33 164.20
Витрати майбутніх періодів	1170	114.30	342.20
Інші оборотні активи	1190	1 286.00	3 555.70
Усього за розділом II	1195	53 487.80	75 213.20
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	0.00
Баланс	1300	70 189.20	95 395.20

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100.00	100.00
Додатковий капітал	1410	0.00	0.00
Резервний капітал	1415	0.00	0.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	6 293.80	11 649.20
Усього за розділом I	1495	6 393.80	11 749.20
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	233.10	3 477.10
Короткострокові кредити банків	1600	4 012.90	1 300.00
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	560.50	1 381.50
товари, роботи, послуги	1615	5 426.70	5 712.90
розрахунками з бюджетом	1620	287.70	28.80
у тому числі з податку на прибуток	1621	267.20	0.00
розрахунками зі страхування	1625	24.30	28.80
розрахунками з оплати праці	1630	107.10	118.80
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	0.00
Інші поточні зобов'язання	1690	53 143.10	71 598.10
Усього за розділом III	1695	63 562.30	80 168.90
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	0.00
Баланс	1900	70 189.20	95 395.20

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	99 385.30	62 461.40
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	34 462.70	12 533.40
Інші операційні доходи	2120	7 077.40	3 268.90
Інші операційні витрати	2180	65 511.80	48 739.60
Інші доходи	2240	68.50	545.50
Інші витрати	2270	335.60	968.80
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	106 531.20	66 275.80
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	100 310.10	62 241.80
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	6 221.10	4 034.00
Податок на прибуток	2300	1 124.10	728.50
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	5 097.00	3 305.50

Clarity Project - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.

Clarity Project

Фінансова звітність за 2022 рік

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ "ДИАД-ЛОГІСТИК" М. КИЇВ, ПРОВУЛОК ТБІЛІСЬКИЙ, БУД. 4/10, К. 301 Б (ТОВ "ДИАД-ЛОГІСТИК")

Код за ЄДРПОУ: 39425648

Дата звіту	23.02.2023
Період	2022 рік, 12 міс
Бухгалтер	Кабанчук К Г
КАТОТТГ	UA80000000001078669
Кількість працівників	27

Фінансова звітність малого підприємства

Актив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
I. Необоротні активи Нематеріальні активи	1000	0.00	0.00
первісна вартість	1001	3.50	3.50
накопичена амортизація	1002	3.50	3.50
Незавершені капітальні інвестиції	1005	0.00	0.00
Основні засоби:	1010	6 007.00	5 602.10
первісна вартість	1011	8 606.20	8 896.50
знос	1012	2 599.20	3 294.40
Довгострокові біологічні активи	1020	0.00	0.00
Довгострокові фінансові інвестиції	1030	0.00	0.00

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн
Інші необоротні активи	1090	0.00	
Усього за розділом I	1095	6 007.00	5 602.10
II. Оборотні активи Запаси:	1100	4 755.20	6 167.70
у тому числі готова продукція	1103	4 592.20	6 054.60
Поточні біологічні активи	1110	0.00	0.00
Дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги	1125	12 409.00	14 343.00
Дебіторська заборгованість за розрахунками з бюджетом	1135	0.00	0.00
у тому числі з податку на прибуток	1136	0.00	0.00
Інша поточна дебіторська заборгованість	1155	513.10	503.70
Поточні фінансові інвестиції	1160	0.00	0.00
Г роші та їх еквіваленти	1165	1 806.90	7 824.00
Витрати майбутніх періодів	1170	51.10	49.70
Інші оборотні активи	1190	291.70	67.50
Усього за розділом II	1195	19 827.00	28 955.60
III. Необоротні активи, утримувані для продажу, та групи вибуття	1200	0.00	0.00
Баланс	1300	25 834.00	34 557.70

Пасив

Назва рядка	Код рядка	На початок звітного року, тис. грн	На кінець звітного періоду, тис. грн

I. Власний капітал Зареєстрований (пайовий) капітал	1400	100.00	100.00
Додатковий капітал	1410	0.00	0.00
Резервний капітал	1415	0.00	0.00
Нерозподілений прибуток (непокритий збиток)	1420	698.90	2 988.60
Усього за розділом I	1495	798.90	3 088.60
II. Довгострокові зобов'язання, цільове фінансування та забезпечення	1595	1 668.70	1 018.50
Короткострокові кредити банків	1600	0.00	1 300.00
III. Поточні зобов'язання Поточна кредиторська заборгованість за: довгостроковими зобов'язаннями	1610	786.40	775.60
товари, роботи, послуги	1615	6 362.90	6 042.80
розрахунками з бюджетом	1620	73.90	468.10
у тому числі з податку на прибуток	1621	7.70	329.70
розрахунками зі страхування	1625	16.00	18.70
розрахунками з оплати праці	1630	56.90	82.00
Доходи майбутніх періодів	1665	0.00	0.00
Інші поточні зобов'язання	1690	16 070.30	21 763.40
Усього за розділом III	1695	23 366.40	30 450.60
IV. Зобов'язання, пов'язані з необоротними активами, утримуваними для продажу, та групами вибуття	1700	0.00	0.00
Баланс	1900	25 834.00	34 557.70

Звіт про фінансові результати

Назва рядка	Код рядка	За звітний період, тис. грн	За аналогічний період попереднього року, тис. грн
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	42 015.30	55 922.30
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	12 347.20	31 101.50
Інші операційні доходи	2120	3 093.00	359.50
Інші операційні витрати	2180	29 535.80	24 291.50
Інші доходи	2240	50.80	39.50
Інші витрати	2270	484.70	422.20
Разом доходи (2000 + 2120 + 2240)	2280	45 159.10	56 321.30
Разом витрати (2050 + 2180 + 2270)	2285	42 367.70	55 815.20
Фінансовий результат до оподаткування (2280 - 2285)	2290	2 791.40	506.10
Податок на прибуток	2300	502.50	92.40
Чистий прибуток (збиток) (2290 - 2300)	2350	2 288.90	413.70

Clarity Project - простий та зрозумілий доступ до закупівельної та корпоративної інформації.