

скотоводства, определенно основные направления развития отрасли в условиях рыночных трансформаций.

Ключевые слова: организационно-экономические принципы производства молока, реализация, цена, себестоимость продукции, рентабельность, прибыль.

Annotation

In the article it is considered organizationally economic principles of production and realization of milk by agricultural enterprises. Investigational the modern state of the suckling cattle breeding, certainly basic directions of development of industry in the conditions of market transformations.

Key words: organizationally-economic principles of production of milk, realization, price, profitableness, income.

УДК 005.21:005.932:339.17

Євдокимов А.В.,
к.е.н., доц., доцент кафедри економіки
та бізнес-адміністрування,
Чортюк Ю.В.,
к.е.н., старший викладач кафедри економіки
та бізнес-адміністрування,
Родимченко А.О.,
аспірант факультету економіки і менеджменту,
Сумський державний університет

ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ ТА ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Постановка проблеми. У теперішній час дуже стрімко почали розвиватись торговельні підприємства, які зайняли непогані ринкові позиції порівняно з великими та міжнародними компаніями, оскільки здатні задовольнити попит споживачів майже в усіх сферах економіки.

Для ефективної діяльності торговельного підприємства все ширше використовуються логістичні стратегії, що відображають нові підходи в управлінні, в моделюванні логістичних процесів.

Організація логістичного управління на торговельному підприємстві повинна починатись з розроблення логістичної стратегії, а саме визначення місця логістичної стратегії в загальній стратегії управління торговою фірмою. Менеджер повинен розробляти систему логістичного управління, ґрунтуючись на вже існуючих процедурах ухвалення рішень, оскільки логістика торговельного підприємства являє собою організований процес управління матеріальними, інформаційними та супутніми потоками від постачальника (через розподільну систему компанії – склади і транспорт) до продажу та доставки покупцю (споживачу).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед іноземних авторів, які досліджували концепції управління логістичними стратегіями, можна виділити наступних: Т. Алесінская, Ч. Скворонек, Я. Вітковські, М. Чешельські, Е. Голембська, Дж. Койль, Х.-К. Поль. Українські автори переважно приділяють увагу логістичним стратегіям лише промислових підприємств, зокрема, це публікації Є. Крикавського, Р. Ларіної, О. Тридіда; проблемі логістичного управління торговим підприємством присвячені наукові дослідження Л. В. Фролової [5].

Роль і місце логістики в управлінні бізнесом та аналіз організації управління логістикою в роздрібній торговельній мережі досліджуються на рівні зарубіжної практики – Джеймсом С. Джонсоном, Дональдом Ф. Вудом, Деніелом Л. Вордлоу, Полем Р. Мерфі, Д. Ретліфом, У. Налті, К. Ю. Ковальовим, С. А. Уваровим, П. Є. Щегловим, Д. А. Івановим та ін. Певні розробки з питань впровадження логістичної концепції в управління підприємством належать вітчизняним науковцям, зокрема, Є. В. Крикавському.

Проте, незважаючи на значну кількість наукових публікацій з обраної теми дослідження, проблема обґрунтування впровадження логістичних стратегій у практику торговельних підприємств залишається недостатньо вивченою.

Постановка завдання. Метою написання даної статті є дослідження особливостей здійснення логістичних процесів, аналіз та визначення основних видів логістичних стратегій з метою обґрунтування впровадження їх у практику торгових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Логістична діяльність підприємства торгівлі

охоплює традиційні сфери закупівельної, збутової, внутрішньовиробничої (виробничі за своєю суттю та специфічні за формою торгово-технологічні процеси в межах торговельних об'єктів), складської, транспортної, інформаційної логістики, управління замовленнями та управління запасами, формування інфраструктури логістичних процесів (визначення потреби в об'єктах гуртової та роздрібно торгівлі, планування їх розвитку та розміщення на полігоні обслуговування, забезпечення технічного оснащення торговельних об'єктів), а також організаційно-управлінську діяльність із створення та управління цією системою [2].

Стратегія взагалі описує принциповий образ дій, вибраний для того, щоб досягти поставлених цілей. До найбільш загальних логістичних стратегій відносять «худу» логістичну стратегію, динамічну логістичну стратегію і логістичну стратегію, засновану на стратегічних союзах [1].

«Худа» стратегія базується на принципі управління витратами, тобто формуванні товарних запасів тих же або зіставних продуктів, що і у конкурентів, але дешевше. Мета «худої» логістики – виконувати кожну операцію, використовуючи менше кожного виду ресурсів: людей, простору, запасів, устаткування, часу і т.д. Для цього «худа» логістична стратегія прагне відшукати способи усунення непродуктивних витрат ресурсів.

Типовим підходом до реалізації «худої» логістичної стратегії є: докладний аналіз поточних операцій і подальша відмова від операцій, що не додають цінності; усунення зупинок, спрощення переміщень; використання більш довшеної технології для підвищення ефективності; розміщення потужностей ближче до споживачів з метою скорочення транспортних витрат; пошук можливостей отримати економію на масштабах; усунення з ланцюга постачань непотрібних ланок.

Слід враховувати, що «худі» операції можуть не спрацьовувати в дуже динамічних або невизначених умовах. У цих випадках можна скористатися гнучкішою логістичною стратегією, заснованою на динамічності. Мета динамічної стратегії – забезпечити високу якість обслуговування споживачів, оперативно реагуючи на появу нових або зміну колишніх умов.

Організації, що використовують динамічну логістичну стратегію, сфокусовані на споживачах, тобто прагнуть досягти повного задоволення запитів споживачів; створюють зручний доступ споживачів до своєї організації; гнучко і оперативно реагують на запити, що змінюються; проектуєть логістику так, щоб вона задовольняла запити споживачів і навіть перевищувала їх; здійснюють післяпродажні перевірки, щоб переконатися, що споживачі залишилися задоволеними і після здійснення покупки; піклуються про підготовку майбутніх операцій, завжди зберігають контакти зі своїми споживачами, потенційними покупцями тощо.

На перший погляд цілі і характеристики «худих» і динамічних операцій здаються суперечливими (табл. 1) [1].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика «худої» та динамічної логістики

Фактор	«Худа» логістика	Динамічна логістика
Мета	Ефективні операції	Гнучкість, що забезпечує задоволення попиту
Метод	Видалення усіх невиробничих дільниць	Задоволення споживачів
Обмеження	Обслуговування споживачів	Витрати
Динаміка змін	Довгострокова стабільність	Динамічне реагування на обставини, що змінюються
Параметри діяльності	Повнота використання	Час виконання замовлень, рівень обслуговування
Робота	Стандартизована	Змінна
Управління	У межах формалізованих циклів планування	Менш структуроване та здійснюється персоналом, наділеними відповідними повноваженнями

Але на практиці ніякого суворого розмежування між ними немає і організаціям не обов'язково обирати лише одну з логістичних стратегій. Наприклад, якщо постачальник покращує зв'язок зі своїми замовниками через електронний обмін даних або продає матеріали через веб-сайт, то цим він одночасно скорочує витрати і покращує якість обслуговування. По суті обидві стратегії враховують задоволення споживачів і низькі витрати домінуючими напрямками, але по-різному описують процес досягнення мети.

Мета стратегії формування союзів з постачальниками і замовниками – збільшення ефективності ланцюга постачань, коли всі її члени працюють спільно і спільно отримують вигоди від довгострокової кооперації.

Зазвичай причинами використання цієї стратегії є прагнення до більш довшеного обслуговування споживачів, гнучкості, до зниження витрат, прагнення уникнути непотрібних

інвестицій, відсутність досвіду у організації. Частіше за все партнерства створюються між транспортними компаніями, до інших областей співпраці відносяться складування, послуги у сфері імпорту/експорту, обробка інформації.

До інших найбільших стратегій, що часто зустрічаються, в яких ставка робиться на конкретніші аспекти своєї діяльності, відносяться наступні логістичні стратегії: диференціації, стратегія на основі тимчасових параметрів, стратегії на основі захисту навколишнього середовища, стратегії підвищеної продуктивності, стратегії з доданою вартістю, стратегії диверсифікації або спеціалізації, стратегія фокусування, стратегії зростання [8].

Формування логістичної стратегії становить комплексний, впорядкований та інтегрований процес, спрямований на отримання сукупних результатів системи в сенсі створення вартості і покращання рівня обслуговування для споживачів. Цей процес сконцентрований на отриманні задоволення клієнтів, враховуючи та передбачаючи їхні майбутні потреби [6].

Головна стратегія торговельного підприємства орієнтована на покращання ефективності функціонування товаропотоків. Логістична стратегія, як стратегія функціонального рівня, тісно пов'язана з маркетинговою стратегією, являючи певне доповнення одна одній. Цілі стратегій конкуренції торговельних підприємств збігаються з цілями логістичних стратегій, які скеровані на підвищення ефективності функціонування матеріалопотоків [3].

У зарубіжній літературі в теорії управління застосовують таку класифікацію стратегій:

- стратегії офенсивні, тобто на основі активних дій, направлені на розвиток і інновації: стратегії низьких витрат, диференціації, концентрації;
- стратегії дефенсивні, скеровані на зміцнення існуючих ринкових позицій, з використанням нових можливостей: стратегія лідерства, швидкого виходу з ринку [4].

Основними логістичними стратегічними цілями торговельного підприємства, на нашу думку, повинно бути покращання логістичного обслуговування, а також оптимізація витрат матеріальних та інформаційних потоків. Отже, логістичну стратегію можна розглядати як поглиблення традиційної стратегії торговельного підприємства. Основними характеристиками сучасної логістичної стратегії фірми можна вважати наступні: узгодженість рішень усіх логістичних підсистем; послідовність і комплексність дій різних часових періодів; реальність і еластичність планів.

Основними елементами модельного подання логістичної стратегії є сукупність логістичних стратегічних рішень у сферах протікання логістичних процесів закупівель, зберігання, транспортування і дистрибуції [7].

Побудова логістичної стратегії для торговельних підприємств відбувається у кілька етапів:

- 1 – стратегічний аналіз логістичної системи підприємства;
- 2 – проектування моделі логістичної стратегії;
- 3 – реалізація стратегії;
- 4 – контроль за реалізацією стратегії.

Стратегічний аналіз полягає у діагностиці логістичної системи, в результаті якої повинні бути сформульовані ключові компетенції успіху, на які має бути зорієнтованою логістична стратегія. Аналіз проводиться в межах логістичної системи торговельного підприємства, а також дослідження можливостей та зовнішніх загроз функціонування на ринку.

Зовнішній аналіз можна назвати «логістичним оточенням», адже він повинен враховувати усі можливі чинники зовнішнього впливу на функціонування логістичної системи торговельного підприємства. До таких чинників належать: логістична інфраструктура регіону і країни, логістика конкурентів, контрагентів і клієнтів. Натомість внутрішній стратегічний аналіз можна назвати «аналізом засобів логістики підприємства», він стосується логістичної системи підприємства і елементів логістичних процесів: матеріалопотоків, запасів, інформаційних потоків, логістичних витрат, логістичної інфраструктури.

Висновки з проведеного дослідження. Логістична стратегія торгового підприємства має бути головною рушійною силою забезпечення та досягнення стратегічних цілей підприємства. Для зміцнення та підтримання конкурентоспроможності торгового підприємства необхідно розробляти модель логістичної стратегії та здійснювати контроль за її дотриманням.

Подальші дослідження полягають у практичному використанні та застосуванні тих чи інших логістичних стратегій на конкретних торговельних підприємствах.

Бібліографічний список

1. Алесинская Т. В. Основы логистики Общие вопросы логистического управления / Т. В. Алесинская. – Таганрог : Изд-во ТРТУ, 2005. – 121 с.
2. Крикавський Є. В. Логістика: компендіум і практикум : [навч. посіб.] / Крикавський Є. В., Чухрай Н. І., Чорнописька Н. В. – К. : Кондор, 2009. – 340 с.
3. Міщук І. П. Формування систем логістики у підприємствах кооперативної торгівлі / І. П. Міщук // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – Львів : Видавництво

Національного університету «Львівська політехніка», 2008. – № 633. – С. 451-457.

4. Талан М. В. Моделювання логістичних стратегій торговельних підприємств / М. В. Талан // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Логістика». – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2008. – № 633. – С. 696-701.

5. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством : [монографія] / Л. В. Фролова. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. – 322 с.

6. Чортюк Ю. В. Значення запровадження методів логістики на українських підприємствах в сучасних умовах / Ю. В. Чортюк, О. І. Карінцева, Л. В. Старченко // Механізм регулювання економіки. – 2005. – № 2. – С. 127-132.

7. Samii A. K. Stratégie logistique: Supply chain management, Dunod / A. K. Samii. – Paris, 2004.

8. Witkowski J. Metodologiczne podstawy strategii logistycznej w przedsiębiorstwie / J. Witkowski // GmiL. – 1993. – Nr 12. – S. 214-217.

Анотація

Стаття присвячена дослідженню особливостей здійснення логістичних процесів, аналізу та визначенню основних видів логістичних стратегій з метою обґрунтування впровадження їх у практику торгових підприємств. Встановлено доцільність впровадження логістичного управління на торгових підприємствах.

Ключові слова: логістика, стратегія, логістичний процес, логістичне управління, торгове підприємство.

Аннотация

Статья посвящена исследованию особенностей осуществления логистических процессов, анализу и определению основных видов логистических стратегий с целью обоснования внедрения их в практику торговых предприятий. Установлена целесообразность внедрения логистического управления на торговых предприятиях.

Ключевые слова: логистика, стратегия, логистический процесс, логистическое управление, предприятие.

Annotation

The article investigates features of logistic processes, analysis and definition of main logistics strategies in order to justify their introduction into practice of trading companies Established that the expedient to implementation of logistics management on the trading enterprises.

Key words: Logistics, strategy, logistics process, logistics management, commercial enterprise.

УДК 330.341

**Захарченко І.С.,
аспірант кафедри економічного аналізу та фінансів,
Криворізький національний університет**

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ І КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ АКТИВНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Постановка проблеми. В сучасних умовах розвитку економіки України значно зростає роль економічної активності підприємства (ділової і ринкової). Дана категорія характеризується відповідними показниками. Але єдиної системи показників та критеріїв для оцінки ділової і ринкової активності підприємства не існує. Питання пов'язані з розробкою такої системи є дуже важливими і мають значний вплив на удосконалення методики загальної економічної оцінки діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Важливими показниками при оцінці фінансового стану підприємства являються показники ділової і ринкової активності. Багато вчених-економістів, зокрема такі, як О. Я. Базилінська [1, с. 278-280, 292], В. Р. Банк і С. В. Банк та інші [2, с. 130], М. Д. Білик і О. В. Павловська та інші [12, с. 50-60], Ю. Брігхем і Л. Гапенські [3, с. 276-285], В. М. Івахненко [4, с. 131-135], К. В. Ізмайлова [5, с. 101-102], В. В. Ковальов [7, с. 350-355], Л. О. Коваленко і Л. М. Ремньова [8, с. 425-434], Г. О. Крамаренко і О. Є. Чорна [6, с. 206-212], В. О. Мец [9, с. 126-128], С. Ф. Покропивний [10, с. 507-510], Г. В. Савицька [11, с. 532], Ю. С. Цал-Цалко [13, с. 407], О. О. Шеремет [14, с. 110-115] та інші у своїх працях використовують показники ділової і ринкової активності підприємства. Але кожен з авторів по різному класифікує дані показники та включає їх у відповідні групи. Тому, з огляду на вищевикладене, невирішеним залишається питання виділення єдиної системи показників і критеріїв оцінки економічної активності підприємства.