

Ignatyshyn M. V.
 Ignatyshyn M. I.
 Mukachevo State University

EVALUATION OF RISK OF ENTERPRISE LOSSES AND RELIABILITY OF EXPECTED PROFIT

Summary

The time series of net income and net profit methods of mathematical statistics and probability theory have been researched in the work have been investigated in the article. It is assumed that the function of the random distribution of elements of studied time series is a normal distribution. The scientific approach in the application of economic and mathematical methods to microeconomic situation that made it possible in practical terms to get results arising from quantify the risk of loss of profits and reliability of profit has been applied in the investigation.

Keywords: graded risks, net income, net profit, the trend line.

УДК 658.7

Ільченко Н. Б.
 Київський національний торговельно-економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВОМ ТОРГІВЛІ

Досліджено основні підходи до формування логістичної стратегії підприємством торгівлі. Запропоновано етапи розробки логістичної стратегії підприємства торгівлі, урахувавши логістичні бізнес-процеси. Визначено методологічні підходи до визначення ключових показників оцінювання логістичної діяльності підприємства торгівлі в умовах динамічного середовища.

Ключові слова: логістична стратегія, етапи формування логістичної стратегії, логістичний контролінг, KPI, SCOR, SWOT-аналіз, PEST-аналіз.

Постановка проблеми. Глобалізація економіки сприяє проявленню цілком нових закономірностей у розвитку світової економіки, ці процеси відчутно проявляються у розвитку підприємства торгівлі в Україні, що мають як позитивні, так і негативні наслідки. Під впливом інтенсифікації діяльності, розвитком міжнародних роздрібних мереж з сучасними відпрацьованими технологіями, виникає потреба впровадження нової філософії формування логістичної стратегії та оптимізації бізнес-процесів підприємства торгівлі в Україні. Тому вирішення проблемних питань стратегічного управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі є достатньо актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні, практичні та методичні аспекти формування логістичної стратегії підприємств знайшли відображення в наукових працях вітчизняних та зарубіжних учених: Андрушківа Б.М., Євдокимова А.В., Крикавського Є.В., Косаревої Т.В., Посилкіної О.В., Родимченко А.О., Роднікової А.Н., Сергєєва В.І., Семененко А.І., Тридіда О.М., Тюріної Н.М., Уотерса Д., Шкодінної О.С., Фролової Л.В., Чортюк Ю.В. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Є досить значна кількість концептуальних підходів до формування логістичної стратегії, що наводиться в публікаціях провідних науковців, проте досі не сформувалось єдиного системного підходу до визначення логістичної стратегії, її місця в системі стратегічного управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі в сучасних умовах ведення бізнесу, оскільки кожна розроблена стратегія має свою унікальність для кожного окремого підприємства та для кожного логістичного ланцюга. Концепція управління стратегічною логістичною діяльністю є найбільш

прогресивною, оскільки орієнтується на оптимізацію всіх бізнес-процесів, що забезпечують логістичні потоки у логістичних ланцюгах поставки товарів.

Мета статті полягає у дослідженні системи стратегічного управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі а сучасних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічний аналіз управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі проводиться в межах логістичної системи або в межах формування логістичного ланцюга поставки, до даного аналізу також включається оцінка можливостей та зовнішніх загроз функціонування на ринку.

При проведенні аналізу логістичної діяльності підприємства торгівлі необхідно враховувати усі можливі чинники зовнішнього впливу на функціонування логістичної системи торговельного підприємства, тобто «логістичне оточення». Так, при дослідженні чинників зовнішнього впливу на функціонування логістичної системи підприємства оптової торгівлі можна виділити логістичну інфраструктуру регіону і країни в цілому, логістичну діяльність конкурентів, контрагентів та клієнтів. Оцінювання логістичного середовища для підприємства можна провести з використанням традиційних методів стратегічного аналізу.

Торговельна діяльність є сукупністю взаємопов'язаних елементів, які знаходяться у певних функціональних зв'язках та взаємовідносинах і створюють певну цілісність та єдність. Механізм здійснення торговельної діяльності, у нашому розумінні, – це комплекс взаємопов'язаних бізнес-процесів та операцій, що здійснюються в певній послідовності та у своїй сукупності складають даний вид діяльності, який відповідає загальній стратегії підприємства. Упровадження логістичної стратегії на

підприємствах торгівлі дозволяє реалізувати основні цілі на об'єктах оптової і роздрібно торгівлі та підвищити доходи і прибуток підприємств:

- перша мета – поліпшення якості обслуговування за рахунок: зменшення дефіциту, що виникає при порушенні договірних умов поставки, і, відповідно, втрат від дефіциту; зменшення запасів надлишкової продукції та зниження витрат на їхнє утримання і ліквідацію;

- друга мета – зниження сукупних витрат і втрат на формування, рух та перетворення товарних, грошових та інформаційних потоків за рахунок: реалізації раціональної схеми товароруку, а також інформаційних і грошових потоків; мінімізації та оптимізації запасів у всіх каналах товароруку; комбіноване використання різних видів транспорту; установлення оптимального співвідношення між транзитними формами поставок та поставок на замовлення; правильного розміщення складського господарства на території, що обслуговується; використання прогресивних форм термінальної і складської обробки вантажів; зниження втрат матеріальних ресурсів при доставці та зберіганні; зменшення витрат на управління.

На основі узагальнення концептуальних підходів провідних науковців нами було вдосконалено формування основних етапів логістичної стратегії для підприємства торгівлі (рис. 1).

На першому етапі підприємство торгівлі повинно розробити логістичну місію підприємства яка буде відповідати загальній стратегії підприємства та функціональним особливостям логістичної діяльності.

На другому етапі, як було зазначено вище, підприємство повинно провести аналіз основних логістичних бізнес-процесів підприємства торгівлі (наприклад, виробництво, постачання, складування тощо, відповідно до типу торгівлі).

На третьому етапі проводиться дослідження показників використання ресурсів підприємства – трудові ресурси, основні та оборотні фонди, інформаційні ресурси.

На четвертому етапі проводиться оцінювання вкладу логістичних підходів у діяльність підприємства торгівлі, а саме продуктивності, ефективності логістичної системи та якості обслуговування споживачів.

На п'ятому етапі проводиться оцінка результативності управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі.

На шостому етапі проводиться логістичний контролінг діяльності підприємства. Так, Данілочкін С.В. та Данілочкіна Н.Г. визначають логістичний контролінг як «механізм

саморегулювання на підприємстві» [1, с. 6]. Майнер Є. – як систему забезпечення здатності підприємства до виживання. Контролінг забезпечує концентрацію контрольних дій, своєчасне фіксування відхилень та прийняття оперативних управлінських рішень [2, с. 8]. Кіндрацька Л. визначає сутність логістичного контролінгу як «управління та спостереження на засадах планування, обліку, аналізу, контролю» [3, с. 23]. Економічна енциклопедія визначає контролінг як «позафункціональний інструмент управління». Поліщук Н.В. визначає логістичний контролінг, як «інтегрована функція логістики, що забезпечує ефективне оперативне та стратегічне планування, контроль та регулювання логістичних процесів [4, с. 23].

Пропонуємо визначати логістичний контролінг підприємства торгівлі як інтегроване оцінювання логістичних бізнес-процесів, своєчасне фіксування відхилень та прийняття управлінських рішень.

У ході проведеного нами дослідження підходів вітчизняних та зарубіжних учених до формування логістичної стратегії підприємства торгівлі визначено методичні підходи до формування логістичної стратегії підприємства торгівлі (табл. 1).

Розробка логістичної стратегії, з одного боку, повинна спиратися на тип попиту, наприклад, економічна стратегія працює найкраще в умовах,

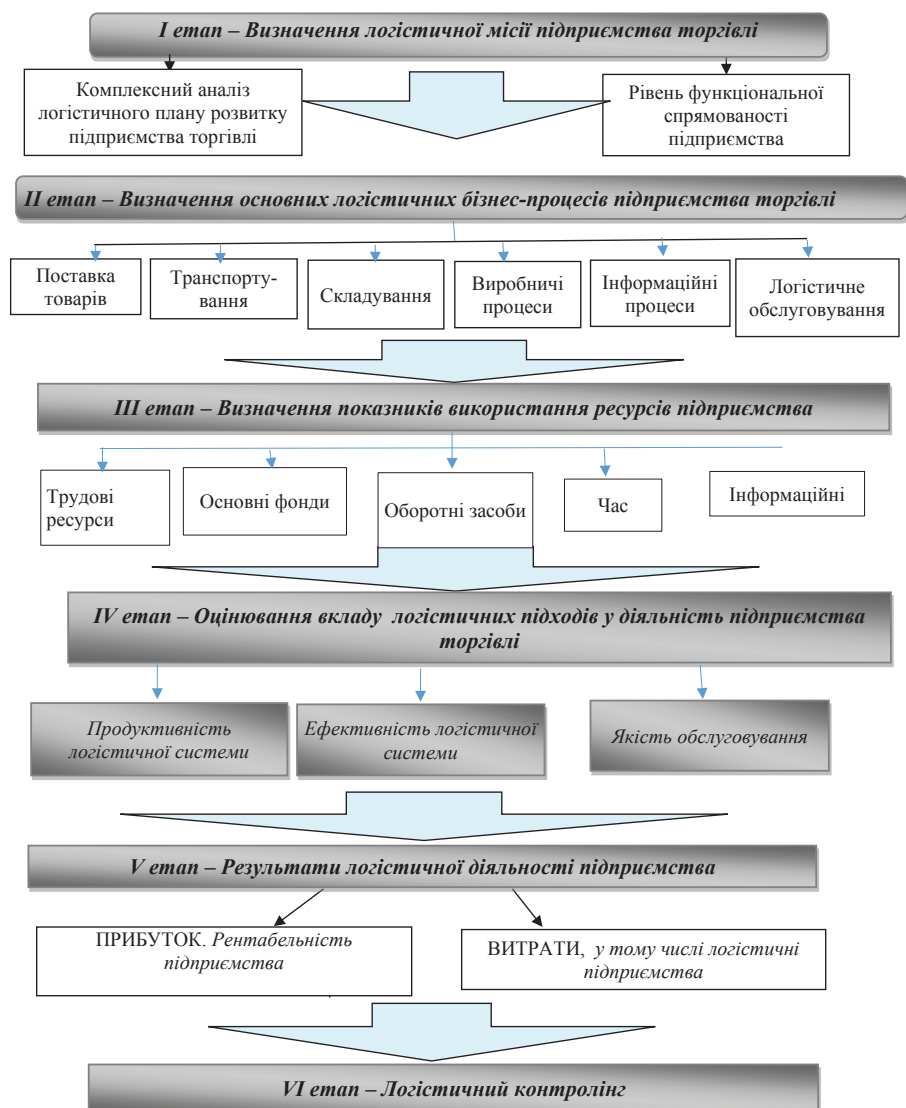


Рис. 1. Етапи та вихідні положення розробки логістичної стратегії підприємства торгівлі

Таблиця 1

**Методичні підходи до формування логістичної стратегії підприємства торгівлі
в умовах динамічного середовища**

Методи та інструменти	Ключові показники КРІ	Результати
<i>Аналіз логістичного середовища</i>		
Матриця SWOT	Методологічний інструмент, що дозволяє здійснити повний аудит діяльності підприємства. На підставі його проведення робиться висновок про те, в якому напрямку підприємство повинно розвивати свій бізнес, визначається розподіл ресурсів і можливостей. Результатом аналізу є розробка стратегії або гіпотези для подальшої перевірки	Матриця можливостей, матриця загроз підприємству
PEST-аналіз	Аналіз політико-правових, економічних, соціокультурних та технологічних найбільш впливовіших факторів впливу на підприємство	Факторний аналіз впливу на розвиток логістичної діяльності підприємства торгівлі
Порівняльний галузевий аналіз	Об'єкт такого аналізу – ідентичні показники підприємств однієї галузі, наприклад товарооборот, рентабельність, продуктивність праці	Галузева система техніко-економічних мультиплікаторів
Конкурентний аналіз	Дослідження конкурентного середовища підприємства на ринку з метою формування ефективної конкурентної стратегії. Конкурентний аналіз галузі включає наступну послідовність дій: - визначення основних економічних характеристик галузі; - визначення рушійних сил розвитку галузі; - оцінка конкурентних сил галузі; - оцінка ринкових позицій конкуруючих підприємств галузі; - визначення ключових факторів успіху; - оцінка перспектив розвитку галузі <i>Показник</i> Частка товарного ринку підприємств – учасників логістичної системи РЧ (за кількістю або загальною вартістю реалізованої продукції). Співвідношення обсягу реалізованої продукції підприємствами – учасниками логістичної системи Рп і загального обсягу реалізованої продукції даного асортименту на товарному ринку, що аналізується Ртр $РЧ = Рп / Ртр$	Основні економічні характеристики галузі, характеристики основних конкурентів, ключові фактори успіху, перспективи розвитку галузі
Аналіз ресурсів	Аналіз ресурсів – це аналіз внутрішнього середовища підприємства. Дана процедура відбувається в три етапи: 1) створення профілю ресурсів – описуються й оцінюються управлінські, маркетингові, фінансові, інформаційні, технологічні та інші ресурси як власного підприємства, так і підприємств-конкурентів; 2) визначення сильних та слабких сторін – створений профіль ресурсів зіставляється з вимогами ринку; 3) ідентифікація компетенцій – сильні та слабкі сторони підприємства порівнюються з аналогічними показниками основного конкурента <i>Показники</i> Рентабельність інвестицій в логістичну інфраструктуру. Показник прибутковості інвестиційної дії яльності підприємства в логістичну інфраструктуру $\frac{\sum ЧП}{\sum Ілл}$, де $\sum ЧП$ – сума чистого прибутку, $\sum Ілл$ – сума інвестицій в логістичні активи. Завантаженість потужностей логістичних об'єктів. Показник характеризує ефективність використання складських площ, транспорту, обладнання тощо. $\frac{ЗавП_{факт}}{ЗавП_{норм}} * 100,$ де $\frac{ЗавП_{факт}}{ЗавП_{норм}}$ – фактичне завантаження потужностей, нормативне завантаження потужностей	Профіль ресурсів, сильні та слабкі сторони підприємства, специфічні компетенції
<i>Логістичні бізнес-процеси</i>		
<i>Підсистема постачання товарів</i>		
Надійність поставки	Надійність поставки – це здатність постачальника дотримуватися обумовлених договором термінів поставки в установлених межах. Надійність поставки визначається надійністю дотримання термінів виконання окремих видів робіт, які включає в себе процес поставки <i>Показники</i> Частка виконаних замовлень Зч (за кількістю або за загальною вартістю реалізованої продукції). Співвідношення кількості виконаних замовлень, які повністю відповідають кількісним та якісним характеристикам Зв, до загального кількості замовлень Зз $Зч = Зв / Зз$ Час поставки – період часу між надходженням замовлення в логістичну систему і отриманням споживачем товару (години, дні)	Задоволення потреб споживачів
Гнучкість поставки	Здатність постачальника враховувати особливі побажання клієнтів, наприклад, змінювати спосіб транспортування замовлення, тару, упаковку, терміни поставки або відмінити заявку на замовлення в цілому <i>Показники</i> Співвідношення частки товарів, що поставляється за певний період часу Пчз, до загальної кількості замовлень на той же період Пз $Гп = Пчз / Пз$ Безвідмовність поставок (Бп) Співвідношення частки замовлень, що виконані з визначеними часовими характеристиками Пчч, до загальної кількості замовлень на той же період Пз $Бп = Пчч / Пз$	Задоволення потреб споживачів, оптимізація системи управління запасами

Продовження таблиці 1

Частка витрат поставки товарів у логістичних витратах	Співвідношення логістичних витрат на поставку товарів до загальних логістичних витрат підприємства <i>Показники</i> $\frac{\sum BVP}{ВЛ_{заг}},$ де $\sum BVP$ – сумарні витрати на поставку $ВЛ_{заг}$ – загальні логістичні витрати	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із поставкою матеріального потоку
<i>Підсистема збуту (продажу) товарів</i>		
Витрати на замовлення	Рівень витрат замовлення залежить від кількості річних замовлень, вартості одного замовлення та структури витрат замовлення. Приймаючи до уваги, що витрати замовлень відносяться лише до витрат складання замовлення і не відносяться до витрат закупівлі, їх можна поділити на постійну та змінну складову. Постійна складова – це витрати експлуатації інформаційних систем, що не залежать від кількості сформованих замовлень. До змінних витрат, що залежать від кількості замовлень, слід віднести витрати моніторингу запасів, опрацювання замовлень на поставку та розрахункових документів тощо. <i>Показники</i> З урахуванням цього витрати замовлень можна розрахувати за формулою: $B_{зам} = B_{зам}^{пост} + n_{зам} \times B_{замін},$ де $B_{зам}^{пост}$ – річна сума постійних витрат замовлень; $B_{замін}$ – змінні витрати одного замовлення та $n_{зам}$ – кількість замовлень на рік Зробивши нескладні перетворення, отримаємо залежність річних витрат замовлень ($B_{зам}$) від величини одного замовлення ($Зам_{опт}$), партії поставки: $B_{зам} = B_{зам}^{пост} + n_{зам} \times B_{замін},$ $n_{зам} = \frac{\Pi_{річ}}{Зам_{опт}},$ де ($Зам_{опт}$) – величина одного замовлення. Отже, витрати одного замовлення ($B_{зам}$) становитимуть: $B_{зам} = B_{зам}^{пост} + \frac{\Pi_{річ}}{Зам_{опт}} \times B_{замін}.$	Витрати замовлень, що викликані необхідністю формування замовлення з метою створення (поповнення) запасів товарів
Рентабельність каналів збуту (сегментів, клієнтів)	Рентабельність реалізації продукції через відповідний канал є часткою від ділення прибутку від реалізації продукції відповідного каналу на чистий дохід (виручку), отриманого через аналізований канал розподілу, помноженої на 100% <i>Показники</i> $\frac{\sum ВП}{\sum ВР},$ де $\sum ВП$ – сума валового прибутку, $\sum ВР$ – сумарні витрати на реалізацію продукції	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із різними видами логістичної активності
Частка витрат збуту в логістичних витратах	Співвідношення логістичних витрат на збут (продаж) товарів до загальних логістичних витрат підприємства <i>Показники</i> $\frac{\sum BVP}{ВЛ_{заг}},$ де $\sum BVP$ – сумарні витрати на збут (продаж) товарів, $ВЛ_{заг}$ – загальні логістичні витрати	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із збутом (продажем) товарів
<i>Підсистема складування</i>		
Визначення загальної площі складу	<i>Показники</i> $S_{заг} = S_B + S_{доп} + S_{пр} + S_{км} + S_{рм} + S_{пе} + S_{ве},$ де S_B – вантажна (корисна) площа, тобто площа, зайнята безпосередньо під зберіганням товарами (стелажками, штабелями та іншими пристосуваннями для зберігання товарів); $S_{доп}$ – допоміжна площа, тобто площа, зайнята проїздами й проходами; $S_{пр}$ – площа ділянки приймання; $S_{км}$ – площа ділянки комплектування; $S_{рм}$ – площа робочих місць, тобто площа в приміщеннях складів, відведена для обладнання робочих місць складських працівників; $S_{пе}$ – площа приймальної експедиції; $S_{ве}$ – площа відправної експедиції	Показник проектування площі складу
Коефіцієнт використання вантажного обсягу складу характеризує щільність і висоту укладання товару	$K_{уго} = \frac{V_{пол}}{S_{ог} * H},$ де $V_{пол}$ – обсяг товару в упакуванні, що може бути покладений на даному обладнанні всій його висоті, м ³ ; $S_{ог}$ – площа, що займає проекція зовнішніх контурів несучого обладнання, м ² ; H – висота укладання вантажу, м	Технологічна сутність коефіцієнта полягає в тому, що обладнання, особливо стелажне, неможливо повністю заповнити
<i>Логістичний контролінг</i>		
Частка логістичних витрат у структурі загальних витрат	$\frac{\sum BVP}{ВЛ_{заг}},$ де $\sum BVP$ – сумарні витрати на виробництво та реалізацію продукції; $ВЛ_{заг}$ – загальні логістичні витрати	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із різними видами логістичної активності
Коефіцієнт частки чистого прибутку $K_{чп}$, %	Відношення чистого прибутку $ЧП$ до загального обсягу реалізованої продукції P $K_{чп} = (ЧП/P) \times 100$	Ефективність діяльності

Закінчення таблиці 1

Коефіцієнт частки логістичних витрат К _{лв} , %	Відношення загальної суми логістичних витрат <i>ЛВ</i> до загального обсягу реалізованої продукції <i>Р</i> або відношення загальної суми логістичних витрат <i>ЛВ</i> до загальної суми витрат логістичної системи <i>В_{лс}</i> $K_{лв} = (ЛВ/Р) \times 100$ $K_{лв} = (В_{лс}/Р) \times 100$	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із різними видами логістичної активності
Логістичні витрати В _{лс} , грн.	Сума витрат, пов'язаних із виконанням логістичних операцій (транспортних <i>Т</i> , складських <i>С</i> , організації замовлення <i>Зор</i> , інформаційно-комп'ютерної підтримки <i>І</i> , оплати праці <i>ЗПрл</i>) $В_{лс} = Т + С + Зор + І + ЗПрл$	Показник характеризує вагомість витрат, пов'язаних із різними видами логістичної активності
Рівень рентабельності логістичних витрат $PP_{\frac{В}{ЛС}}$, %	Відношення обсягу реалізованої продукції <i>Р</i> до логістичних витрат <i>В_{лс}</i> або відношення чистого прибутку <i>ЧП</i> до логістичних витрат <i>В_{лс}</i> $PP_{\frac{В}{ЛС}} = (Р/В_{лс}) \times 100$ $PP_{\frac{В}{ЛС}} = (ЧП/В_{лс}) \times 100$	Показник характеризує ефективність логістичної активності
Стратегічний контролінг	Складовою частиною аудиту, яка здійснює перевірку ефективності реалізованих стратегічних рішень і стратегії розвитку підприємства (збалансована система показників, «піраміда ефективності» тощо).	Оцінка якості розроблених логістичних стратегій
Внутрішній контролінг	Незалежна експертиза оцінки основних логістичних функцій, визначення стратегічного логістичного потенціалу покращання та реалізації запропонованих рішень	Звіт про внутрішній аудит

Джерело: систематизовано автором

коли попит стабільний або попит, який можна спрогнозувати в умовах визначеності. З іншого боку, динамічна стратегія найкраще працює в умовах, коли підприємство пропонує широкий асортимент товарів, при цьому попит різко змінюється, і передбачити його неможливо. Зрозуміло, ніякої єдиної кращої стратегії для підприємств торгівлі не існує. Проте є основні методичні підходи до її формування.

Таким чином, виходячи із вищезазначеного пропонуємо логістичну стратегію підприємства торгівлі розглядати як сукупність логістичних стратегічних рішень, що відповідають загальнокорпоративній (діловій) стратегії підприємства, яка охоплює реалізацію ефективних матеріальних, фінансових та інформаційних потоків та сприяє оптимізації бізнес-процесів у цілому.

При формуванні складу процесних показників корисним інструментом може стати використання моделі SCOR, яка містить перелік типових показників, що конкретизують на трьох рівнях деталізації ключових бізнес-процесів у ланцюзі поставки товарів. Наприклад, операційні дані, які слід збирати та аналізувати в ході формування логістичних бізнес-процесів в умовах невизначеності, більш деталізувати дані за функціональними областями ланцюга поставок товарів у SCOR-моделі, що передбачає розрахунок так званих діагностичних показників, практичним виразом якої є формування ключових показників ефективності (Key Performance Indicators – KPI), які є частиною системи збалансованих показників – Balanced Scorecard) [5].

У табл. 1 нами запропоновано методичні підходи до формування логістичної стратегії підприємства торгівлі в умовах динамічного середовища.

У загальному вигляді методичні рекомендації формування логістичної стратегії підприємства торгівлі можуть бути такими: провести логістичний аудит зовнішнього бізнес-середовища, в якому діє підприємство торгівлі, з метою виявлення фак-

торів впливу, що сприяють успішній діяльності; провести в ході внутрішнього аудиту аналіз стратегії вищого рівня з точки зору логістичної діяльності, що дозволяє врахувати контекст і задати загальні цілі, визначити її стратегічну зфокусованість і, можливо, сформулювати логістичну місію; розробити загальні характеристики системи товарообороту, що дозволяють забезпечувати кращу доставку необхідних товарів та надання певного рівня обслуговування; установити конкретні цілі, що показують, як можна реалізувати кожен логістичний вид діяльності. Внутрішній аудит демонструє, наскільки ефективні поточні логістичні бізнес-процеси, і виявляє ділянки, де потрібно внести корективи; реалізувати стратегію на практиці, задавши умови, в яких будуть прийматися рішення логістичного характеру на більш низьких рівнях; відслідковувати фактичні показники, постійно прагнути до вдосконалення в умовах динамічного розвитку середовища, реалізовувати стратегічні цілі, забезпечувати отримання зворотного зв'язку.

Висновки. Таким чином, у рамках даного дослідження автором було запропоновано визначення терміну «логістична стратегія підприємства торгівлі», урахувавши всі бізнес-процеси, що виникають під час управління логістичною діяльністю. Визначено основні етапи розробки логістичної стратегії підприємства торгівлі. Установлено взаємозв'язок між визначенням завдання логістичної діяльності підприємства торгівлі з формуванням логістичної стратегії та формуванням бізнес-процесів. Систематизовано методологічні засади та практичний інструментарій оцінювання ключових показників логістичної діяльності підприємства торгівлі (KPI) при формуванні логістичної стратегії підприємства.

Перспективи подальших досліджень вбачаються в поглибленні вивчення прикладних аспектів стратегічного управління логістичною діяльністю підприємства торгівлі.

Список літератури:

1. Контроллинг как инструмент управления предприятием / Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др. ; под ред. Н.Г. Данилочкиной. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 2001. – 540 с.
2. Манн Р. Контролинг для начинающих. Система управления прибылью : [монография] / Р. Манн, С. Майер ; пер. с нем. Ю.Г. Жукова ; под ред. и с предисл. д-ра экон. наук В.Б. Ивашкевича ; 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 304 с.
3. Кіндрацька Л. Управлінський облік та контролінг у системі управління банком / Л. Кіндрацька // Вісник НБУ. – 2001. – № 8. – С. 20–24.

4. Поліщук Н.В. Логістика і контролінг як інтегровані функції менеджменту / Н.В. Поліщук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9910/1/61.pdf>.
5. Крикавський Є.В. Ланцюг поставок – EX ADVERSO традиційного підприємства / Є.В. Крикавський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/.../cgiirbis_64.exe?....

Ильченко Н. Б.

Київський національний торговель-економічний університет

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ ЛОГИСТИЧЕСКОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ ТОРГОВЛИ

Резюме

Исследованы основные подходы к формированию логистической стратегии предприятия торговли. Предложены этапы разработки логистической стратегии предприятия торговли, учитывая логистические бизнес-процессы. Определены методологические подходы к определению ключевых показателей оценки логистической деятельности предприятия торговли в условиях динамичной среды.

Ключевые слова: логистическая стратегия, этапы формирования логистической стратегии, логистический контроллинг, KPI, SCOR, SWOT-анализ, PEST-анализ.

Иchenko N. B.

Kyiv National University of Trade and Economics

CONCEPTUAL APPROACHES TO FORMATION THE LOGISTICS STRATEGY OF TRADE ENTERPRISE

Summary

In the article are researched the main approaches to the formation of logistics strategy of the trade enterprise. We proposed directions for the development of logistics strategy of the trade enterprise considering the logistics business of processes. We have developed methodological approaches to the definition of key performance indicators to assess of logistics strategy of the trade enterprise

Keywords: logistics strategy, stages of formation of sourcing, logistics controlling, KPI, SCOR, SWOT-analyze, PEST-analyze.

УДК 338:439

Колодяжна І. В.

Донецький національний університет економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЯК УМОВА СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Проаналізовано інноваційну діяльність підприємств харчової промисловості. Також проведено оцінку рівня їхньої інноваційності та здатності до оновлення основних засобів в умовах невизначеності після-кризового періоду. Було оцінено можливості галузі до трансформаційних змін на основі інноваційно-інвестиційного підходу та обґрунтовано необхідність створення умов, що сприяють розвитку інноваційних процесів у галузі.

Ключові слова: інвестування, інноваційна діяльність, інноваційні процеси, трансформаційні зміни, харчова промисловість.

Постановка проблеми. Однією з найбільш значущих проблем сучасного етапу розвитку української економіки і суспільства є проблема продовольчої безпеки і забезпечення населення продовольчими продуктами. Об'єктивна необхідність насичення продовольчого ринку продукцією українського виробництва припускає ефективне функціонування підприємств харчової промисловості, тому що від об'єму виробництва продуктів харчування, їхньої якості та ціни залежать не тільки рівень життя населення, але й розвиток економіки в цілому.

Відповідно, необхідний новий підхід до забезпечення розвитку підприємств харчової промисловості в умовах зрілих ринкових відносин і зростаючої конкуренції на внутрішньому продовольчому

ринку, заснований на використанні не тільки традиційних ресурсів, але й насамперед технологічних та організаційних інновацій. Поставлене завдання вимагає вирішення ряду нових проблем теоретичного і практичного характеру.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню теоретичних і практичних питань організації та управління інноваціями на підприємствах присвячено значну кількість наукових праць. Значний внесок у розвиток теорії інновацій здійснили такі відомі українські вчені, як В. Александрова, З. Варналії, М. Денисенко, В. Геєць, А. Заїнчковський, С. Ілляшенко, Н. Краснокутська, Д. Крисанов, В. Ландик, О. Лапко, В. Россоха, А. Сухоуков, Л. Федулова, А. Юзефович та ін.