

КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАННЯ

Ткаченко С.Є., к.е.н., доцент,

Хоменко А.Ю., здобувач

Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка

Формування глобальних ринків, пов'язаних з розвитком світової економіки, опанування нових ринків збуту для впливу на клієнтів, динамічний розвиток інформаційних технологій, кооперація, посприяли зростання інтересу досліджень ланцюгів постачання. Тому в умовах сьогодення значної актуальності набуває дослідження концепції їх формування та окреслення основних тенденцій подальшого розвитку.

У процесі управління ресурсними потоками підприємств агропромислового комплексу часто виникають різного роду проблемами в ланцюгах постачання: управління швидкопливними ресурсами; широка номенклатура продукції, що постачається; дефіцит одних і надлишки інших ресурсів; помилки в складанні прогнозів споживання; обмежений розмір запасів сировини; планування постачання; нерівномірний розподіл товарних ресурсів між окремими підприємствами або їх підрозділами в рамках мережевої організації бізнесу. Одним із наслідків виникаючих проблем в ланцюгах постачання підприємств агропромислового виробництва є виникнення дефіциту сировини. Відповідно до досліджень багатьох експертів, втрати від дефіциту можуть становити до 34% прибутку компаній. Такі втрати для бізнесу можна було б мінімізувати, використовуючи сучасні логістичні інструменти і концепції управління.

Для того щоб своєчасно і адекватно реагувати на зміни ринку і умови конкуренції, підприємствам агропромислового виробництва потрібна методологія систематичного планування, проектування, моделювання та управління поставками ресурсів, що дозволяє враховувати обставини, які склалися і оцінювати можливі альтернативи її розвитку. Систематизація знань про управлінські впливи на основні потоки агропромислового виробництва дозволила сформулювати методологічну основу дослідження, моделювання та управління мережевими структурами ланцюгів постачання підприємств агропромислового комплексу.

Термін «ланцюг постачання» залишається відкритим для інтерпретації через існування різних форм взаємовідносин між постачальниками та клієнтами, а також динамічні зміни бізнес-процесів, що зумовлені впровадженням сучасних інформаційних технологій у функціонування ланцюга постачання. Але більшість науковців характеризують ланцюг поставок, як три і більше економічних одиниць (юридичні або фізичні особи), які безпосередньо беруть участь у зовнішніх і внутрішніх поставках продукції, послуг, фінансів та / або інформації від джерела до споживача.

Внутрішній ланцюг постачання охоплює процеси всередині самого

підприємства, при цьому зв'язки які виникають між досліджуваним об'єктом та зовнішнім середовищем не беруться до уваги. Цей тип відносин представляє собою класичну теорію обміну, яка ґрунтується на відсутності співпраці між окремими суб'єктами. Внутрішній ланцюг постачання мав низький рівень комплексних рішень та існував завжди там, де його середовище характеризувалося сталим рівнем надійності.

Зміна зовнішнього середовища призвела до перетворення внутрішнього ланцюга постачання у логістичний канал, який охоплює підприємство, безпосереднього його постачальника чи споживача. Головним завданням логістичного каналу є реалізація різних потоків від постачальника до виробника чи від виробника до споживача. Залежності, які виникають між суб'єктами логістичного каналу можна визначити як партнерство. Партнерство між учасниками ланцюгів постачання є важливою умовою забезпечення ефективного переформатування логістичних бізнес-процесів у них, це якісно новий вид взаємовідносин між постачальником та покупцем. Його мета полягає у трансформації короткострокових відносин у довгострокові відносини співпраці, побудовані на довірі, коли якість, інновації та спільно створена додана вартість гармонічно доповнюють конкурентну ціну [1, с. 409].

Пошук доступних матеріально-технічних ресурсів, робочої сили, орієнтація на продаж та задоволення диверсифікованих вимог клієнтів, значне збільшення фізичних потоків товарів сприяло переходу від зовнішнього ланцюга постачання до логістичної мережі. Логістична мережа представляє собою групу незалежних підприємств, які конкурують та співпрацюють з метою ефективного надходження товарів та інформації відповідно до потреб клієнтів. Вимоги споживачів за термінами та якістю доставки продукції щодня посилюються, а тому оптимізація логістичних ланцюгів, їх адаптація до ринкових змін, ефективне управління логістичними процесами, контроль виконання зобов'язань за поставками є основними умовами виживання на конкурентному ринку [2, с. 69]

Отже, концепція управління ланцюгами постачань дає можливість при акцентуванні уваги на рівень надійності функціонування та рівень прийняття комплексних рішень, продемонструвати динамічний процес розвитку ланцюга постачання під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх чинників. Управління ланцюгами постачання в агропромисловому виробництві – це комплексний підхід до формування споживчої цінності, що ґрунтується на ефективному управлінні взаємовідносинами з постачальниками, сільгоспвиробниками та переробниками на принципах повної прозорості, зокрема в розподілі ризиків і вигод, взаємному співробітництві, широкій інформатизації, при мінімізації загальних витрат.

Література:

1. Чухрай Н.І., Матвій С.І. Перепроєктування логістичних бізнес-процесів у ланцюгах постачання. *Вісник НУ «Львівська політехніка».* «Логістика». 2014. № 811. С. 403-414.

2. Антощенкова В.В. Становлення системи логістики в молокопродуктовому підкомплекс. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Економічні науки. Х.: ХНТУСГ, 2013. Вип. 138. С. 65-69.*

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ТА ЇЇ ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ

*Шершенюк О.М., к.е.н., доцент
Кирчата І.М., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сталий розвиток і довгострокова конкурентна стійкість соціально відповідальних підприємств забезпечується якістю управління, обізнаністю вищого керівництва і прийняттям управлінських рішень на основі принципів корпоративної соціальної відповідальності і імплементації цих технологій у стратегічний розвиток підприємств. Активна реалізація перспективних соціальних проєктів, проведення ефективних соціальних заходів забезпечують розбудову держави, сприяють добробуту і підвищенню якості життя населення України [1]. Аналіз останніх років діяльності вітчизняних компаній констатує підвищений суспільний інтерес до оцінки корпоративної соціальної відповідальності останніх, обумовлений впливом глобалізації бізнес-процесів. Переважна більшість вітчизняних компаній, які виходять на міжнародні ринки підкреслює, що діяльність в області корпоративної соціальної відповідальності є критично важливим елементом стратегічного управління, а чинні на глобальному рівні підвищені стандарти соціальної відповідальності господарюючих суб'єктів показують наскільки корпоративна соціальна відповідальність може бути успішною і прибутковою в довгостроковій перспективі. Розвиток стратегічного підходу до корпоративної соціальної відповідальності в даний час є загальносвітовою тенденцією, що векторно спрямована на отримання довгострокових конкурентних переваг, створення цінності для бізнесу та суспільства як результату взаємодії зацікавлених сторін.

Сьогодні в діловому співтоваристві склалася стабільна група компаній, які реалізують принципи і інтегрують соціальну відповідальність, як підсистему управління в систему стратегічного управління, керуючись міжнародними вимогами і стандартами, використовуючи при цьому соціальні інвестиції як критерій ефективності. Соціальна відповідальність (СВ) передбачає необхідність сучасної концепції, що заохочує компанії враховувати інтереси суспільства, беручи на себе відповідальність за вплив своєї діяльності на споживачів, стейкохолдерів, працівників, громади та навколишнє середовище в усіх аспектах своєї діяльності. СВ передбачає відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів, а також гармонійне співіснування взаємодії та постійний діалог із суспільством, участь у вирішенні найгостріших соціальних проблем [2].