

| 1 | 2 |
|--|-------------|
| 9. Реалізація стратегії | Організація |
| 10. Оцінка стратегії: - аналіз стратегічних альтернатив; - корекція дій та заходів | Контроль |

Таким чином, удосконалено процес формування стратегії взаємовідносин зі споживачами транспортних послуг шляхом доповнення існуючою моделі IDIC (Identify Differentiate Interact Customize) основними функціями управління, що характеризують в цілому управлінський цикл.

Література.

1. Доль П. Маркетинг - менеджмент и стратегии/ П. Доль-М.:ЮНИТИ.-2003.-465с.
2. Энджел Д.Ф. Поведение потребителей/ Д.Ф. Энджел, Р.Д. Блекуэл - пер.с англ. 1999. - 600с.
3. Данніков О.В. Маркетингова концепція формування системи сервісного підприємства [Текст] / О.В. Данніков // Сталий розвиток економіки. – 2010. – № 3. – С. 248-253.
4. Криворучко О.М. Менеджмент якості на підприємствах автомобільного транспорту: теорія, методологія і практика: [монографія] / Оксана Миколаївна Криворучко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2006. – 404 с.
5. Шинкаренко В.Г. Маркетинг взаємовідносин АТП з основними партнерами / В.Г. Шинкаренко, І.В. Федотова. – Харків: ХНАДУ, 2012. – 232 с.

ЗАГАЛЬНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Свердлик Є. В., студент

*Науковий керівник: Криворучко О. М., д. е. н., професор
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Для ефективної діяльності підприємств усе частіше застосовують логістичні стратегії, які відображають нові підходи в управлінні, а також в моделюванні логістичних процесів підприємства. Організація логістичного управління на підприємстві повинна починатись з розроблення логістичної стратегії для досягнення стратегічних цілей підприємства, а саме: досягнення максимального прибутку з

мінімальними витратами для підвищення конкурентоспроможності підприємства тощо.

Розгляду логістичних стратегій приділяють увагу багато українських учених, зокрема, цим питанням присвячені публікації Р. Ларіної, О. Тридіда. Запропоновані певні розробки з питань впровадження логістичної концепції в управління підприємством Є. В. Крикавським. Стратегіям конкуренції значну увагу приділив М. Портер. Серед іноземних авторів, які досліджували логістичні стратегії, доцільно виділити польського ученого Czeselski M., який розглянув залежність між стратегіями конкуренції та головними логістичними стратегіями. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій з обраної теми дослідження, проблема обґрунтування впровадження логістичних стратегій у практику підприємств залишається недостатньо розкритою.

Незалежно від розмірів підприємства, досягнення поставлених цілей логістичних стратегій можна забезпечити тільки за рахунок вибору, розробки та впровадження існуючих або нових ринкових стратегій, політики, програм та планів. Логістична стратегія підприємства розглядається як його функціональна стратегія, поряд з іншими функціональними стратегіями, технологічної, інноваційної, маркетингової та ін. В той же час логістика становить узагальнений виробничий обслуговуючий ресурс підприємства, присутність якого визначає можливість і варіанти реалізації, як базової, так і функціональних стратегій. З таких позицій логістична стратегія сучасного промислового підприємства може розглядатися як ключова в портфелі стратегій його розвитку.

Стратегія – це спосіб реалізації підприємством своїх інтересів, який визначає його поведінку у просторі параметрів, що характеризують суперечності, які породжені взаємодією підприємства і ринкового середовища, а також взаємодією внутрішніх компонентів підприємства, що знаходяться на різних стадіях свого життєвого циклу.

Логістична стратегія – це спосіб реалізації в довгостроковій перспективі органами управління підприємства оптимізаційних і адаптивних властивостей логістики, який визначає цілеспрямоване оптимальне управління його внутрішніми і зовнішніми відносинами і відповідними потоковими процесами в тимчасових і просторових параметрах середовища таких відносин відповідно до визначеної корпоративної стратегією підприємства.

Логістична стратегія підприємства – це доцільна, взаємовизначена і взаємопов'язана ринково орієнтована сукупність процесів створення та підтримки гнучких зв'язків між цілями, можливостями і ресурсами підприємства, з одного боку, і ринковими реаліями - з іншого. При аналізі кожного з напрямків логістичної стратегії враховуються всі віднесені до них цільові установки логістичної реорганізації підприємства, а кінцевий результат такого аналізу встановлюється на підставі висновку про відповідність результатів підприємницької діяльності підприємства його стратегічним цілям.

Формування і реалізація логістичної стратегії вимагає таких умов:

- наявність глобальної стратегії;
- можливість формування величини і структури виробництва з точки зору вимог логістичного підходу;
- вертикальність інтеграції сфер логістичного управління;
- орієнтованість структур постачання, виробництва і розподілу на потоки матеріалів і готових виробів;
- відповідність систем управління та інформації;
- відповідність заходів ефективності.

Необхідно враховувати певні об'єктивні фактори, що обмежують можливості логістичної стратегії підприємства. Вони можуть мати як зовнішній, так і внутрішній характер (таблиця 1).

Таблиця 1 – Фактори, що обмежують можливості логістичної стратегії підприємства

| Фактор | Характеристика |
|---------------------------|--|
| Витрати | Загальна тенденція функціонування підприємств - зниження витрат. Логістика визначає потребу в такій стратегії, яка дозволила б мінімізувати логістичні витрати і забезпечити: для виробника - отримання прибутку; для споживача - прийнятні ціни. |
| Обслуговування споживачів | Логістична стратегія виходить з необхідності контролю обсягів запасів, часу доставки продукції споживачеві, швидкості реагування на запити споживачів тощо. Вона спрямовується на обслуговування споживача, забезпечуючи підприємству досягнення стійкої і довгострокової конкурентної переваги. |
| Час | Логістична стратегія виходить з забезпечення швидкої доставки продукції споживачеві. Особлива увага приділяється орієнтації на своєчасну поставку споживачеві нових видів продукції з відповідним їй сервісним забезпеченням |
| Якість | Логістична стратегія виходить з гарантії споживачеві довгостроковій поставці кінцевої продукції високої якості (очікуваної споживачем якості) і відповідного сервісного забезпечення її споживчого використання |
| Місце знаходження | Логістична стратегія орієнтується на потреби споживачів з доставки продукції в місце, максимально наближене до місця її споживання / експлуатації. Вона виходить з надання послуг в найбільш вигідному для споживача місці |

Внутрішні обмеження: фінансовий стан; ресурсні можливості; рівень професійної підготовки та практичного досвіду персоналу; матеріально-технічна база; рівень можливостей логістичної діяльності підприємства.

Зовнішні обмеження: особливості попиту на логістичне обслуговування; громадську думку про логістичну діяльність підприємства; конкурентне середовище; галузеві показники логістичної діяльності та / або обмеження; параметри і ємність сегмента логістичної діяльності.

Формування логістичної стратегії підприємства передбачає системний підхід, виваженість у прийнятті тих чи інших стратегічних логістичних рішень. Вихідною точкою є попередній всебічний аналіз загальної стратегії підприємства і визначення в ній місця логістичної стратегії.

Менеджер логістичної служби активно бере участь у формуванні корпоративної стратегії, а при певних умовах логістична стратегія може розглядатися як вихідна при розробці та реалізації корпоративної стратегії.

В умовах невизначеності впливу зовнішнього середовища на функціонування підприємства ефективним інструментом формування та розвитку логістичної стратегії є адаптивний метод.

За такого методу процес адаптивного формування логістичної стратегії виходить з принципу дуальності, який полягає в тому, що управлінські впливи на процес формування стратегії мають подвійний характер. З одного боку, вони спрямовані на ефективне використання існуючого на підприємстві виробничо-логістичного потенціалу, а з іншого - на активне вивчення об'єкта логістичного управління з метою використання отриманих знань при відпрацюванні управлінських рішень, спрямованих на розвиток майбутнього потенціалу логістичної стратегії.

Таким чином, логістичні стратегії є доволі важливою рушійною силою для досягнення стратегічних цілей підприємства, для підтримання конкурентоспроможності підприємства на ринку. Вони пов'язуються з іншими функціональними стратегіями, а також охоплюють усі сфери діяльності (постачання, виробництво тощо). За правильного застосування логістичних стратегій спостерігається зниження загальних витрат та підвищення рівня обслуговування клієнта, тобто збільшується ефективність діяльності та досягнення цілей підприємства, а саме: з'являються перспективи розвитку та росту діяльності підприємства.

Література.

1. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов / под общ. и науч. ред. проф. В.И. Сергеева. – М.: ИНФА-М, 2005. – 976 с.
2. Родликов А.Н. Логистика: Терминологический словарь. – М.: Экономика, 1995. – С. 122.
3. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок / Д. Уотерс; пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503 с. – (Серия “Зарубежный учебник”).
4. Крикавський Є.В. Логістика. Основи теорії: підруч. – 2-ге вид., доп. і перероб. / Є.В. Крикавський. – Львів: Інтелект-Захід, 2006. – С. 156.
5. Тридід О.М. Логістичний менеджмент: навч. посіб. / О.М. Тридід, К.М. Таньков; за ред. проф., д-ра екон. наук О.М. Тридіда. – Харків: ВД “ІНЖЕК”, 2005. – 224 с.
6. Czeselski M. Logistyka w strategiach firm. – Warszawa–Poznan PWN, 1999.

**СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СКЛАДСЬКОЇ
НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ**

*Виноградова А. С., Поволоцький В. О., студенти
Науковий керівник: Клепікова О. В., старший викладач
Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ*

Сьогодні головну роль в розвитку логістичної нерухомості відіграє складський комплекс. Він займає важливе місце в роботі сучасної дистриб'юторської мережі. Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що логістичний ринок збільшується, за рахунок торгівлі, і виникає потреба в складських приміщеннях, тому що логістична нерухомість найперспективніша із всіх секторів вітчизняної нерухомості, це обумовлено наступними критеріями:

- Україна має вигідне географічне розташування, активний розвиток бізнесу та торгівлі;
- незначна кількість якісних складських приміщень;
- висока рентабельність (до 18–20 % на рік);
- невисокі затрати на будівництво у порівнянні з іншими об'єктами нерухомості.

Висвітленню проблеми складської нерухомості присвячена велика кількість праць вчених і фахівців у цій сфері, зокрема, таких