

5. Миротин Л.Б. Эффективная логистика. М.: Издательство "Экзамен", 2003. 160 с.

6. Пономаренко В.С. Логістичний менеджмент: підручник / В.С. Пономаренко, К.М. Таньков, Т.І. Лепейко. - Харків : Інжек, 2010.-440 с.

## **ФАКТОРИ І КРОКИ, ЩО ВРАХОВУЮТЬСЯ ПРИ РОЗРОБЦІ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ**

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

Сьогодні економіка України переживає важкі часи. Її особливості вимагають специфічного підходу до застосування логістики на різних стадіях реформування господарської діяльності підприємства. Виникає необхідність перегляду всієї системи управління підприємством для забезпечення її переорієнтації на максимально ефективно задоволення потреб споживачів. Сучасні промислові підприємства стикаються з величезною кількістю проблем, які в агрегованому вигляді співвідносяться з двома групами: групою загроз від впливу зовнішнього оточення та групою проблем, обумовлених невідповідностями у внутрішньому середовищі. Стратегічно орієнтоване підприємство – це підприємство, де основою, принциповою установкою в діяльності персоналу підприємства є стратегічне мислення, у якому існує система стратегічного управління, застосовується раціональний процес стратегічного планування, а оперативна й тактична діяльність підлегла досягненню стратегічних орієнтирів.

Розкриттю питань формування логістичних стратегій присвячені праці провідних вітчизняних учених, серед яких: Г. Азаренкова, Є. Крикавський, Р. Ларіна, В. Ніколайчук, М. Окландер, О. Посилкіна, Р. Сагайдак-Нікітюк, О. Сумець, О. Тридід, Л. Фролова, Н. Чухрай, Л. Шемаєва. Серед зарубіжних науковців, які внесли значний вклад у вивчення цих питань можна виділити Б. Анікіна, Д. Бауерсокса, Й. Беккера, Д. Гаврилова, А. Гаджинського, Д. Костоглодова, Л. Миротина, А. Некрасова, Ю. Неруша, О. Новикова, А. Радіонова, А. Семененко, Д. Сток, Дж. Хескетта. Постановка завдання. Метою роботи є формування та використання сучасної логістичної стратегії

підприємств для підтримання конкурентоспроможності підприємства на ринку.

При проектуванні логістичної стратегії вихідною точкою стає всебічний аналіз стратегії більш високого рівня, що дозволяють зрозуміти, яким чином логістика може внести свій вклад в її реалізацію.

Крім того, необхідно враховувати:

- середу, в якій ведеться бізнес, що включає фактори, що впливають на логістику, але якими логістика управляти не може;

- особливу компетенцію організації, яка визначається факторами, якими організація може керувати і які вона використовує, щоб відрізнитися від інших.

Середовище, в якому ведеться бізнес, і особливі компетенції показують, яке становище організація займає в даний час, а стратегія вищого рівня - яке вона хоче займати в майбутньому. Тоді логістична стратегія показує, як організація буде переходити від нинішнього стану до майбутнього.

Існують різні рекомендації по кроках розробки логістичної стратегії, наприклад:

- віддавайте перевагу тим областям логістичної діяльності, які забезпечують довгострокове поліпшення конкурентної позиції підприємства;

- часто змінна стратегія, спрямована на використання короткострокових ринкових можливостей, приносить скороминущі вигоди;

- будьте обачні, приймаючи жорсткі, негнучкі стратегії, які можуть втратити свою актуальність і при цьому позбавити підприємство можливості маневру;

- виключайте стратегії, які можуть привести до успіху лише за умови реалізації найбільш оптимістичних прогнозів. Виходите з того, що конкуренти зроблять відповідні заходи і можуть настати часи з несприятливими ринковими умовами;

- атакуйте слабкі, а не сильні сторони конкурента і ін.

Незважаючи на те, що кожна логістична стратегія в своєму роді унікальна, існує ряд основоположних етапів, які повинна пройти будь-яка компанія:

1. Етап конфігурації логістичної мережі: включає визначення її структури, логістичних ланцюгів, кількісного і якісного складу ланок логістичної мережі.

2. Етап розробки організаційної системи логістичної мережі: вибір варіанту організаційної структури служби (відділу) логістики фірми.

3. Етап розробки напрямків і технологій координації: сучасна практика логістичного менеджменту передбачає вирішення питань межфункціональної і Міжорганізаційні координації.

4. Етап визначення стратегічних вимог до якості продукції та логістичного споживчого сервісу: в сучасних умовах стратегія бізнесу орієнтована на споживача, і в цьому плані логістика повинна сформулювати рівні якості логістичного сервісу, що задаються маркетингом фірми.

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 підприємств. Застосування логістичних стратегій дає можливість зниження загальних витрат підприємства та підвищення рівня обслуговування споживачів, тобто збільшується ефективність виробничогосподарчої діяльності та досягнення цілей підприємства, а саме: з'являються перспективи розвитку та росту діяльності підприємства.

### **Література.**

1. Кондратенко Н.О. Вплив маркетингової логістики на управління закупівельно-збутовою діяльністю промислових підприємств / Н.О. Кондратенко // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: «Сталий розвиток економіки». 1'2012 [11], С. 237 – 241.

2. Тридід О.М. Логістика / О.М. Тридід, Г.М. Азаренкова, С.В. Мішина – К.: Знання, 2008. – 566 с.

3. Крикавський Є. Логістика. Основи теорії / Є. Крикавський. – Л.: Національний університет "Львівська політехніка", Інтелект-Захід, 2004. – 416 с.