

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

*Кисляк М.С., здобувач вищої освіти,
kislyakmaria3@gmail.com*

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

Логістика сприяє успіху організації, забезпечуючи споживачів продуктами своєчасно та у точній відповідності до запитів. У цьому значенні ключове питання: хто є споживач. Для логістики споживачем є кожен, кому виробляються постачання будь-яке місце призначення. Логістична стратегія фірми спрямовано оптимізацію ресурсів компанії під час управління основними і супутніми потоками. Стратегічні цілі задаються за допомогою одного чи кількох ключових показників ефективності логістики. Логістична стратегія може бути побудована на основі максимізації (мінімізації) одного або кількох ключових показників. Розробляючи логістичну стратегію фірми, дуже важливо добре уявляти її сервісні можливості.

Логістична стратегія – це напрям довгострокового розвитку логістичної системи, що стосується форм і засобів її реалізації на підприємстві, міжфункціональної та міжорганізаційної координації та інтеграції, сформований вищим менеджментом відповідно до корпоративних цілей.

Логістична стратегія формує зв'язок між абстрактнішими стратегіями вищого рівня і детально опрацьованими операціями, що виконуються в ланцюгу поставок. Якщо корпоративні та бізнес-стратегії описують загальні цілі, логістична стратегія займається фактичним переміщенням матеріалів, необхідних досягнення цих цілей.

Хоча стратегії вищого рівня задають загальний контекст для логістичної стратегії, менеджерам логістичних служб не слід лише механічно реагувати на цей контекст, оскільки вони активно впливають на його формування. Понад те, їх погляд те що, які рівні діяльності реально досяжні з погляду логістики, стає вихідним під час проектування стратегії вищого рівня (рисунок 1).

В цілому логістичні рішення приймаються ієрархічно і в ітеративному режимі: від стратегічних (мети бізнесу, стратегія маркетингу, вимоги до обслуговування) до структурних (робити або

купувати), число / місце розміщення, потужність елементів інфраструктури, види транспортування і т.д.), а потім до функціональних (вибір місць, розміщення запасів, вибір перевізника/продавця тощо) та операційних (операційні прийоми, правила проведення операційного контролю, операційні процедури, маршрутизація та диспетчеризація).

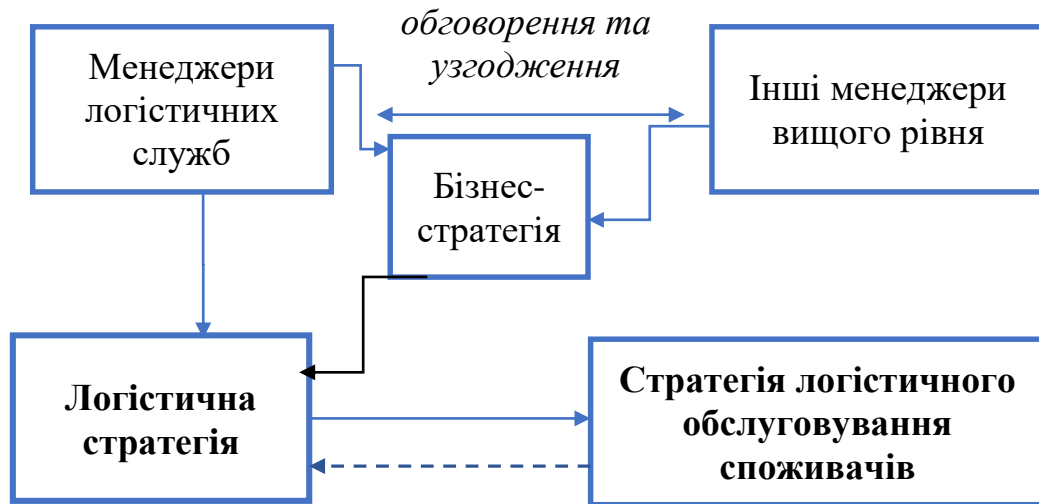


Рисунок 1 - Схема формування логістичної стратегії

Існує кілька типів стратегічних рішень [1-3]:

- місія – заява, в якій вказуються загальні цілі організації загалом;
- корпоративна стратегія, яка показує, як диверсифікована корпорація планує реалізувати свою місію;
- бізнес-стратегія, яка свідчить, як кожен вид бізнесу, що реалізується в рамках диверсифікованої корпорації, робитиме свій внесок у корпоративну стратегію;
- функціональні стратегії, що описують стратегічну спрямованість кожної функції, зокрема й логістичної.

Таким чином, стратегії вищого рівня задають цілі та загальну спрямованість організації, а функціональні стратегії показують, як їх можна реалізувати. Інакше кажучи, бізнес-стратегії визначають те, що має бути зроблено, і, скажімо, логістична стратегія показує, як досягненню цих цілей допомагає діяльність ланцюга поставок. Якщо, наприклад, організація приймає бізнес-стратегію — стати провайдером якогось продукту з найнижчими витратами, логістична стратегія показує, як скорочуватимуться до мінімуму логістичні витрати; якщо організація ставить собі іншу мету — домогтися прискорення постачання продукції своїм замовникам, логістична

стратегія визначає прийоми, дозволяють це. Звичайно, при цьому ми виходимо із припущення, що логістика справді грає в організації стратегічну роль.

Серед великої кількості логістичних стратегій, які застосовують підприємства, можна виділити основні і додаткові стратегії [4, 5]. До основних напрямів логістичних стратегій належать такі: мінімізація логістичних витрат; підвищення рівня обслуговування споживачів; доставка точно до часу, вказаного замовником; гнучкість пропонованої продукції передбачає надання спеціалізованих послуг чи послуг, з урахуванням вимог конкретних замовників.

Підприємства та організації можуть добре функціонувати тільки в тому випадку, якщо будуть поставляти продукти, які, на думку споживачів, чимось перевершують продукцію конкурентів. Логістика впливає тимчасово виконання замовлень, наявність продукції, її собівартість, підтримку споживачів, кількість пошкоджень тощо., а тим самим те що, як споживачі загалом сприймають товар. У цьому сенсі логістика фактично робить помітний внесок у розробку, характеристики, цінність продукту, що сприймається, і ступінь його успіху.

Слід враховувати, що споживачів цікавить велика кількість характеристик, а саме: витрати, якість, рівень обслуговування, надійність, наявність, гнучкість, швидкість доставки, розміщення, робота з джерелами матеріалів (аутсорсинг), відносини з постачальниками, екологічні наслідки, переробка відходів та ряд інших аспектів.

Всі вони так чи інакше залежать від логістики. Тому в різних обставинах майже будь-який аспект логістики може виявитися важливим для задоволення споживачів, що у свою чергу стає пов'язаним із реалізацією логістичної стратегії. Насправді логістична стратегія має відбивати такі напрями.

Витрати. Більшість організацій хочуть досягти низьких витрат, хоча деякі з них беруть на озброєння стратегію, що дозволяє мінімізувати логістичні витрати. Її реалізація призводить до вищого прибутку

Обслуговування споживачів. Спрямовуючи логістичну стратегію обслуговування споживачів, організації можуть домогтися стійкої і довгострокової конкурентної переваги.

Часові параметри. Споживачі зазвичай хочуть отримати замовлені продукти якомога раніше, тому зазвичай логістична стратегія гарантує швидку доставку.

Якість. Зазвичай логістична стратегія гарантує послуги найвищої якості.

Гнучкість пропонованої продукції. Це здатність організацій випускати продукцію з урахуванням вимог, які задаються окремими замовниками. Логістична стратегія може будуватися з урахуванням надання спеціалізованих послуг чи послуг, виконуваних з урахуванням вимог конкретного замовника.

Розташування. Споживачі зазвичай хочуть, щоб продукти були доставлені до них якомога ближче.

Таким чином, логістичну стратегію слід розробляти, постійно пам'ятаючи про цілі, задані в стратегіях вищого рівня, сильні сторони організації і того зовнішнього середовища, в умовах якого ведеться бізнес.

Якоїсь єдиної «кращої» стратегії, яка підходить однаково до всіх ситуацій, не існує. Хоча є деякі рекомендації, але єдиного стандартного методу розробки логістичної стратегії немає. Менеджерам, перш ніж вони ухваллять рішення, слід провести необхідний аналіз і досягти збалансованості низки факторів.

Література.

1. Окландер М.А. Логістика: підручник. Київ. Центр навчальної літератури, 2008. 346с.
2. Buren N., Demmers M., Heijden R., Witlox F. Towards a Circular Economy: The Role of Dutch Logistics Industries and Governments. *Sustainability*. 2016. No 8(647). P. 1–17.
3. Candemira Y., Çelebib D., Candemira Y. An inquiry into the analysis of the Transport & Logistics Sectors' Role in Economic Development. *Transportation Research Procedia*. 2017. Vol. 25. P. 4692–4707.
4. Шишкін В.О., Бахметова Я.Ю. Перспективи використання логістичної стратегії як умова забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Modern Economics*. 2019. № 14(2019). С. 296-300. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-46](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-46).
5. Криворучко О.М., Овчаренко А.Г. Розробка стратегій якості логістичного обслуговування споживачів. *Економіка транспортного комплексу*. № 38. 2021. С.61-76 DOI: <https://doi.org/10.30977/ЕТК.2225-2304.2021.38.61>