

Оригінальність запропонованого рішення полягає в тому, що на сьогодні процес розроблення повоєнного плану будівництва та реконструкції України лише розпочинається. Даний проєкт є одним з найактуальніших в контексті різкого зростання цін на енергоносії в світі, збільшенні попиту на альтернативні джерела енергії та вибудовування українським урядом нової стратегії по зменшенню енерговитрат.

Зважаючи на все сказане вище, зазначимо, що використання сонячних електростанцій та інших альтернативних джерел енергії в поєднанні з енергоефективними технологіями може не лише заощадити місцевий бюджет, а й заробити гроші для міста, які, в свою чергу, можна буде використати для благоустрою чи розвитку промисловості регіону. На жаль, через велику вартість таких станцій вони майже є недоступними для широких верств населення України, але адміністративні та комунальні структури, а також бізнес можуть дозволити собі використання таких технологій, що в макромасштабах дозволить нашій державі забезпечити енергонезалежність і енергоефективність.

ПАРАМЕТРИ МОДЕЛІ ВИБОРУ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

*Водолажська Т.О., к.е.н., доцент,
Зайченко М.О., здобувач б курсу магістратури
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

Сьогодні реальні обставини ведення бізнесу в нашій країні, ускладнені запровадженням воєнного стану, відзначаються крайнім ступенем складності та мінливості, що зумовлює нагальну необхідність підприємствам та господарствам швидко реагувати на них і адаптуватися до нових викликів, умов та потреб.

Неухильні зміни торкаються усіх напрямків роботи підприємств, зокрема і логістичної діяльності, оскільки значна множина зовнішніх негативних факторів перешкоджає здійсненню логістики матеріальних потоків як всередині України, так і за її межами.

Стрижневим інструментом здійснення логістичної діяльності та управління нею є логістична стратегія, що спрямована на «управління та раціональне використання матеріальних, інформаційних та фінансових потоків відповідно до довгострокових цілей і бізнес-стратегії підприємства» [1, с. 56].

Огляд та розгорнутий аналіз новітніх фахових публікацій, наукових розробок дослідників у галузі стратегічного логістичного менеджменту [1-7] дозволив підсумувати : поряд з наявними вагомими напрацюваннями ряд завдань ще потребують пошуку ефективних шляхів їх рішення. Одним із таких питань, вочевидь, є саме вибір певного (оптимального) виду логістичної стратегії, доцільного в кожному окремому випадку.

Цей вибір залежить від множини факторів та чинників, які здійснюють найвагомий вплив на її зміст [2]. Здебільшого, визначальні (ключові) фактори

(стан економіки; акціонери; політичні обмеження ринкові умови; логістичні технології; правові ринкові відносини; споживачі; соціальні обмеження; конкуренти; коло лояльних партнерів [3]) є базисом для побудови моделі вибору оптимальних логістичних стратегій.

Наразі огляд спеціалізованих наукових видань [1-7] дозволив узагальнити результати спостережень, зокрема встановити : логістична стратегія визначається на основі максимізації або мінімізації певних стрижневих показників-параметрів, які здійснюють найбільший вплив на її зміст. Тому обрання таких показників, на базі яких будується модель вибору логістичної стратегії, потребує однозначного беззаперечного обґрунтування.

В різних джерелах різними дослідниками та науковцями застосовуються відмінні параметри, які вони включають до моделі вибору логістичної стратегії підприємства. Так, у праці Н.Б. Ільченко [4] до складу матриці вибору логістичної стратегії («тонка» або «динамічна») включено два параметри :

1) обсяг продажів, рівень яких може бути оцінений низьким або високим);

2) асортимент товарів, що окреслюється невеликий або великий ступенем.

Мінімальну кількість параметрів (також два) застосовано у відповідній моделі вибору оптимальних логістичних стратегій науковців Н.О. Макаренко та О.О. Мироненко :

1) «ключові фактори успіху, на які орієнтоване управління логістикою підприємства (витрати, якість, час, логістичних активів);

2) рівень ризику логістичної діяльності (оцінюваний високим, середнім або низьким)» [5].

Три показники-параметри, на підставі яких складена модель вибору логістичної стратегії підприємства, запропонована в науковій фаховій статті І.М. Пальчика:

1) планові логістичні витрати;

2) якість логістичного обслуговування;

3) доходи підприємства [6].

На судження авторів, на підставі доопрацювання наявних наукових результатів та погоджуючись із позицією Альошкіної Л.П [7], до основних параметрів такої моделі доцільно включити чотири чинники : логістичні витрати; рівень якості логістичного обслуговування; обсяг доходів підприємства; ступінь інноваційності.

При цьому інноваційність окреслює перспективу стрімкого пристосування підприємства до змін відповідно новітнім тенденціям та теперішнім потребам і запитам.

Література:

1. Водолажська Т.О. Логістична стратегія підприємства : сутність поняття. *Економіка транспортного комплексу*. 2021. № 37. С. 41-60

2. Рудківський О.А. Логістична стратегія підприємства, орієнтована на

продуктивність: показники оцінки. *Економіка та управління підприємствами*. 2018. № 20. С.125-131

3. Харчук С.Я. Розробка логістичної стратегії у системі управління підприємством. URL : <https://www.sworld.com.ua/simpge3/32.pdf>

4. Ільченко Н.Б. Логістичні стратегії в торгівлі : моногр. Київ : Київ. нац. торг. екон. ун-т, 2016. 432 с. URL : <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/ebee6b4b3d12d4cd18180f0f18338a1a.pdf>

5. Макаренко Н.О., Мироненко О.О. Логістичні стратегії аграрних підприємств: принципи формування і реалізації. *Інфраструктура ринку* : електронний наук.-практ. журн. 2019. №28. С.128-134.

6. Пальчик І.М. Формування логістичної стратегії підприємства у сучасних умовах господарювання. *Ефективна економіка*. 2014. № 11. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3575>

7. Альошкіна Л.П. Інноваційна логістична стратегія як інструмент оптимізації бізнес-процесів аграрних підприємств. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Сер. : Економіка*. 2019. № 2. С. 57-61. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmdue_2019_2_11

ДЕРЖАВНІ ПУБЛІЧНІ ЗАКУПІВЛІ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ В УКРАЇНІ

*Даниленко Є.С., к.е.н., докторант
Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

В умовах кризи ринку легкових автомобілів важливими клієнтами для підприємств-автодилерів стали органи державної влади, підприємства державної та комунальної форм власності.

У 2022 році через сайт державних закупівель «Prozorro» державні органи, установи та організації закупили 273 легкових автомобілі загальною вартістю 234,003 млн. грн.

Найпопулярнішими моделями стали Renault Duster, Renault Express, Toyota RAV4, Renault Sandero Stepway Life+, Naval Jolion.

Найбільшу кількість легкових автомобілів придбали правоохоронні органи – 127 одиниць (46,52%), заклади охорони здоров'я – 50 одиниць (18,32%), підприємства житлово-комунального господарства – 47 одиниць (17,22%) та державні (військові) адміністрації – 29 одиниць (10,62%).

За дослідженнями автора найпопулярнішими типами кузова легкових автомобілів, які користуються попитом серед державних органів, установ та організацій, є кросовер – 102 легкових автомобіля (37,36%), мінівен – 35 легковиків (12,82%), хетчбек – 22 автівки (8,06%) та позашляховик – 20 легковиків (7,33%).

Найчастіше державні органи обирали марку Renault – 114 одиниць (41,75%). У 2022 році державні структури витратили на придбання легковиків цього бренду 76,35 млн. грн. Основними замовниками є правоохоронні органи,