

УДК 338

В. В. Струнін,

к. е. н., Національний університет харчових технологій, м. Київ

Ю. В. Бєлікова,

магістр, Національний університет харчових технологій, м. Київ

ТРАНСФОРМАЦІЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ В ЛОГІСТИЧНІЙ СИСТЕМІ

V. Strunin,

Ph.D, National University of Food Technologies

Y. Belikova,

Masters degree, National University of Food Technologies

MANAGEMENT METHODS' TRANSFORMATION IN LOGISTIC SYSTEM

У статті розглянуто напрями трансформації методів управління в логістичній системі. Наведено сучасні принципи підходи до управління логістичною системою. Визначено ключові засади становлення та управління логістичною системою підприємства. Наведено передові концепції управління логістичною системою підприємства, запропоновано шляхи формування логістичної системи для b2c і b2b продажів. Визначено пріоритетні підходи до формування бажаних результатів діяльності підприємства.

The article shows the ways of management method's transformation in logistic system. The modern management principles and methods of logistic system are given. It is determined the key forming foundations of enterprise's logistic system and its management. The advanced management concepts of enterprise's logistic system are described and proposed the formation ways of the logistic system for b2c and b2b sales. It is determined the priority approaches to desirable results of enterprise's activity forming.

Ключові слова: логістична система, логістичне управління, метод, концепція, підхід.

Key words: logistic system, logistic management, method, concept, approach.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Створення системи управління, що забезпечує підприємству максимальну ефективність діяльності у довгостроковій перспективі, є одним із основних завдань економічного розвитку. Його вирішення у сучасних умовах є можливим тільки за допомогою належної координації роботи усіх структурних підрозділів підприємства, які покликані забезпечити підприємство якісною сировиною та іншими матеріалами, раціонально організувати технологію виробничого процесу і вигідно реалізувати готову продукцію. Це свідчить про те, що через кожне підприємство і поза ним постійно відбувається рух потоків сировини, напівфабрикатів, готової продукції, які носять узагальнюючу назву матеріальні потоки. Поняття "матеріальний потік" є ключовим поняттям в логістиці, чим і викликана актуальність управління цими потоками в логістичних системах різного рівня.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідженням проблем становлення управління логістичними системами займалися багато науковців, серед яких Бланк І.А., Германчук А.М., Єлетенко О.В. Карданова Л.І., Селєзньова Н.О., Сергєєв В.І., Шевчун М.Б. та інші. Проте, виходячи із сучасних тенденцій розвитку, і надалі залишається актуальним питання удосконалення методів управління логістичними системами.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Основною метою статті є з'ясування напрямів трансформації методів управління в логістичній системі у сучасних умовах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Логістична система на підприємстві являє собою цілісну сукупність елементів, які володіють певними характеристиками, є різномірними за якістю, взаємодіють між собою та можуть бути поєднані в підсистеми. Створення логістичної системи на підприємстві переслідує мету забезпечення постачання продукції в заданий час в потрібній кількості з максимально можливою якістю [1, с. 495] та за оптимальних витрат.

Логістичні системи, як і всі раціонально побудовані системи, обумовлюють збільшення загального ефекту до величини більшої, ніж сума ефектів кожного з елементів системи, діючих незалежно. Це визначається комплементарним ефектом, що є наслідком інтеграції зусиль ланок системи, коли вони діють узгоджено, за єдиним планом.

На ринку переважають логістичні системи великих національних і міжнародних фірм-продуцентів. Більш дрібні фірми-посередники відіграють, як правило, допоміжну роль, задовольняючи потреби покупців лише на окремих сегментах ринку або доповнюючи діяльність великих фірм-постачальників по ряду їх функцій [2].

Беручи до уваги, що логістична система є цілісною сукупністю елементів, між якими існують впорядковані зв'язки, які із закономірною необхідністю визначають інтеграційні якості системи, не властиві жодному з елементів окремо, і виникає потреба удосконалення підходів до управління нею.

Управління логістичними системами є складовою частиною маркетингових систем, яке дозволяє синхронізувати операції та процедури, зв'язуючи різномірні бізнес-одиниці

в струнку керовану систему, направлену на ефективне задоволення вимог кінцевого споживача [3] і досягнення бажаних результатів підприємства. Такий підхід визначає, що при дослідженні логістичних процесів особлива увага має фокусуватися на скороченні тих видів діяльності, робіт, операцій, процедур, які не сприяють формуванню доданої вартості, з метою загальної оптимізації витрат.

Проведені дослідження у даній галузі [1, с. 496] дозволяють визначити, що концептуальною парадигмою створення і удосконалення логістичних систем є дотримання принципів системності, оптимізації, стійкості та адаптивності, при узгодженості інформаційних, ресурсних, технічних та інших характеристик логістичної системи.

До сучасних логістичних методів управління підприємством сьогодні відносять:

1. Метод інтеграції функцій та процесів, що передбачає інтеграцію маркетингової та логістичної стратегії у вигляді маркетингово-логістичного управління, інтеграції стратегій транспортування, складування тощо.

2. Метод логістичного аутсорсингу, який базується на концепції партнерства в постачанні, збуті, в процесі розвитку продукту з метою максимізації користі усіх сторін.

3. Метод консолідації, що має на меті за рахунок оптимізації витрат досягнути ефектів масштабу та комплексності.

4. Метод скорочення циклу та зниження загального рівня запасів, який реалізується у виробництві, дистрибуції, постачанні тощо.

5. Метод диференціації, що передбачає отримання ефекту за рахунок оптимізації зв'язку між витратами та рівнем обслуговування клієнта.

6. Метод інновацій, орієнтований на застосування інноваційних підходів у логістичних рішеннях, оптимізацію логістичних рішень стосовно нових продуктів, географічних ринків тощо.

7. Метод впровадження стратегій логістичного інтегрованого ланцюга поставок, особливо актуальний в умовах міжнародних перевезень. Цей метод сучасного логістичного управління є продовженням концепції вертикальної інтеграції фірми, який дозволяє скоротити загальний цикл та загальні витрати, досягнути інтеграції усіх учасників ланцюга поставок.

8. Метод міжнародних логістичних каналів, заснований на симбіозі експортної і ліцензійної стратегій, стратегії створення філій в інших державах та joint-ventures стратегії.

Загалом, становлення та управління логістичною системою підприємства можна представити у вигляді визначеної моделі (рис. 1). Зазначена модель складається з етапів становлення логістичної системи на підприємстві та сукупності методів, на основі яких вибудовується дана стратегія і відбувається управління нею.

Побудова логістичної системи може бути зорієнтована як на канали збуту та просування нульового рівня (прямого маркетингу), що складається з виробника, який продає товар безпосередньо споживачам [4, с. 88], так і одно-, дво-,

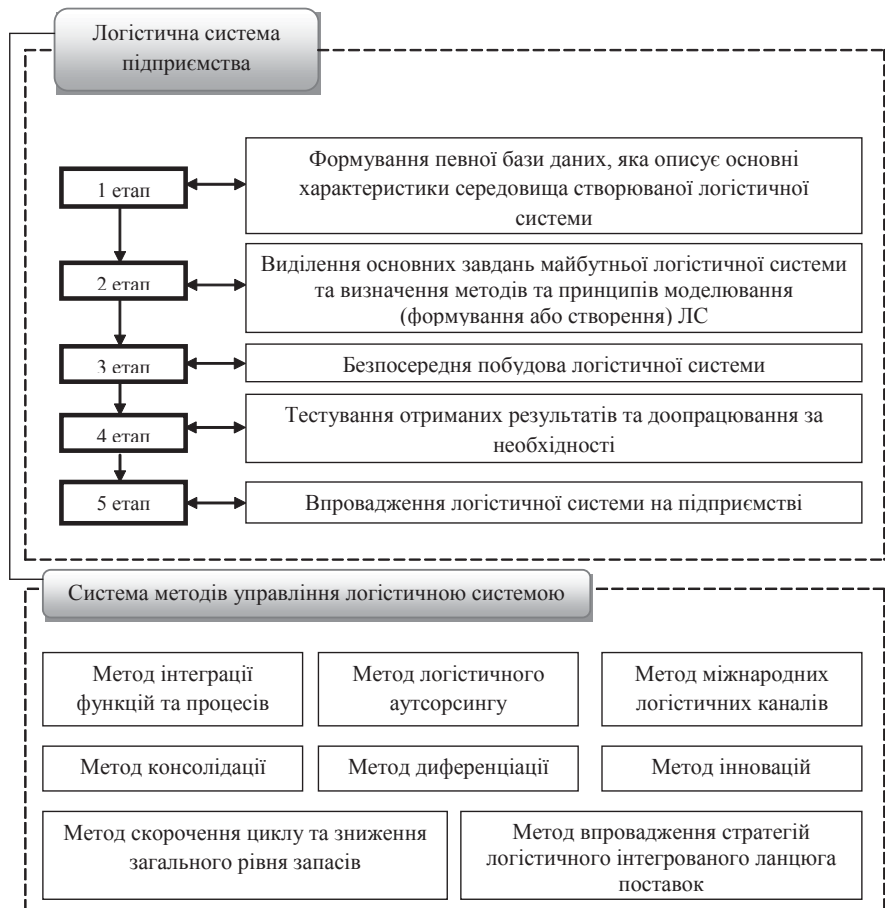


Рис. 1. Модель становлення та управління логістичною системою підприємства

Власна розробка автора.

трирівневих більше, які передбачають відповідну кількість посередників.

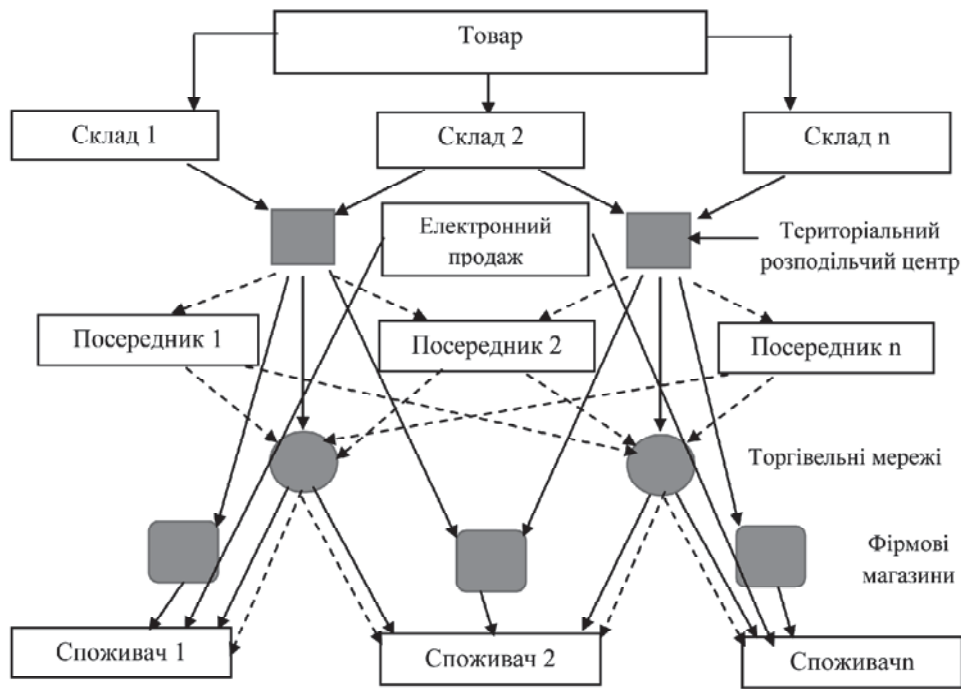
У відповідності до заданих каналів розподілу здійснюється вибір логістичної сітки. У першому випадку, реалізація товару здійснюється самим підприємством через територіальні розподільчі центри, торговельні мережі, фірмові магазини або через он-лайн продажі (b2c продажі).

Таким чином, товар рухається від виробника на склади, а звідти розподіляється за напрямками: реалізовується через електронний продаж споживачу і доставляється безпосередньо споживачу прямо зі складу, перевозиться зі складу у територіальні розподільчі центри, а далі (або через торговельні мережі, або через власні фірмові магазини) реалізовується споживачу.

У другому випадку розглядається реалізація посередникам b2c та b2b продажі (з можливою передачею товару від одного посередника до іншого), з подальшим обігом товарів до споживачів по системі прямого продажу, онлайн продажу та продажу через подібні торгові мережі, що організовані посередниками.

За даного підходу до продаж [5, с. 34], товар рухається від виробника на склади, звідти розподіляється до посередників, які в подальшому доводять товар до споживача. Продаж товару посередникам в таких умовах суттєво зменшує та спрощує логістичну систему (а відповідно і функції управління системою), а застосування власного продажу — навпаки її ускладнює та збільшує кількість необхідних рівнів управління.

Крім зазначених варіантів, підприємство може об'єднати ці 2 варіанти і здійснювати реалізацію і споживачам і посередникам [5, с. 33] (рис. 2).



Примітка: _____ — прямий b2c продаж (варіант 1);
 ----- — продаж через посередників b2c та b2b (варіант 2).

Рис. 2. Формування схеми логістичної системи підприємства, що поєднує b2c та b2b продажі

Джерело: складено автором на основі [5].

Управління логістичною системою не можливе без застосування певних логістичних концепцій, чи стратегій [6], які повинні враховувати особливості кожного окремого підприємства і давати можливість виявляти індивідуальні потреби споживачів та повністю задовольняти їх, оптимально спрямовуючи наявні ресурси підприємства.

Серед сучасних концепцій, що перетворились у глобальну філософію та орієнтир розвитку логістичного управління пропонуємо виокремити (стратегії): Kaizen (Кайдзен), LeanThinking (Лін підхід), SixSigma (Шість сігма), Blueoceanstrategy (Стратегія блакитного океану), Стратегічні карти (BalancedScorecard).

ВИСНОВКИ

Виходячи із сучасних тенденцій розвитку логістичних систем, а також підходів до управління ними, варто відзначити, що трансформація методів управління логістичними системами викликана фокусуванням особливої уваги на гармонізації характеристик логістичних систем на основі базових принципів їх функціонування. Зазначений орієнтирсприєшвидкій адаптації логістичних систем різного рівня у зовнішньому середовищі при одночасному досягненні комплексного ефекту і оптимізації витрат.

Досягнення бажаних результатів стає можливим за умов раціонального поєднання сучасних концепцій логістичного управління, серед яких особливу увагу на сьогодні варто приділяти lean-концепції стратегії блакитного океану.

При цьому серед методів побудови та управління логістичними системами, в першу чергу, варто відзначити метод інтеграції функцій та процесів, метод логістичного аутсорсингу, метод інновацій і метод впровадження стратегій логістичного інтегрованого ланцюга поставок.

Література:

1. Єлетенко О.В. Механізм управління логістичною системою підприємства / О.В. Єлетенко // Вісн. Нац. ун-ту "Львів. Політехніка". — 2008. — № 628. — С. 494—498.

2. Карданова Л.И. Маркетинг: стратегия рыночного поведения производителя / Л.И. Карданова. — Ростов н/Д.: СКНЦ ВШ, 2002. — 216 с.

3. Сергеев В.И. Менеджмент в бизнес-логистике / В.И. Сергеев. — М.: Инф. дом "Филинь", 2006. — 782 с.

4. Германчук А.М. Маркетингова логістика: сутність і значення [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/4264-1.doc.htm

5. Пальчик І. Формування моделей управління логістичними системами товаропросування підприємства / І. Пальчик // Схід. — 2014. — № 5. — С. 32—36.

6. О ресурсообеспечении сельского хозяйства на основе логистики и маркетинга [Электронный ресурс]. — Режим доступу: http://www.logistics.ru/9/2/i20_3359-2p0.htm

References:

1. Yeletenko, O. (2008), "The mechanism of management of enterprise logistics system", Visn. Nats. un-tu "L'viv. Politehnika", vol. 628, pp. 494—498

2. Kardanova, L.I (2002), Marketing strategija rynochnogo povedenija proizvoditelja [Marketing: strategy of market behavior manufacturer], SKNC VSh, Rostov-on-Don, Russia.

3. Sergeev, V.I. (2006), Menedzhment v biznes-logistike [Management in business logistics], Filin, Moscow, Russia.

4. Hermanchuk, A.M. (2009), "Marketynhova lohistyka: sutnist' i znachennia" [Online] available at: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/42641.doc.htm (Accessed 4 November 2015).

5. Pal'chuk, I. (2014), "Building management models of sales promotion logistics systems of enterprise", Skhid, vol. 5, pp. 32—36.

6. logistics.ru (2006), "About resource supply of agricultural on the basis logistics and marketing", [Online] available at: http://www.logistics.ru/9/2/i20_33592p0.htm (Accessed 10 November 2015).

Стаття надійшла до редакції 17.02.2016 р.