

ЛОГІСТИЧНІ КОНЦЕПЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАСЛОЖИРОВОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. У статті розглянуто поширені інтегровані логістичні концепції на прикладі провідних зарубіжних фірм і транснаціональних корпорацій та наведено приклади створення власної логістичної системи.

Ключові слова: логістика, логістичні системи, масложирова галузь, харчова промисловість.

Summary. The article common integrated logistic concepts on the example of leading foreign firms and transnational corporations and examples of creating their own logistics system.

Key words: logistics, logistics system, oil industry, food industry.

Постановка проблеми. Харчова промисловість, гарантуючи безпосередньо продовольчу безпеку та продовольчу незалежність країни, сприяє формуванню належної економічної безпеки у національному масштабі. За останні роки сільське господарство становить у загальній структурі економіки України 12–13 %. Логістична діяльність суб'єктів господарювання аграрного ринку нині стає одним із ключових інструментів посилення потенціалу агропромислового комплексу України. Тому слід вказати, що формування концепції логістичної діяльності підприємств харчової промисловості є важливим науковим та практичним завданням [1].

Розвиток ринкової економіки вимагає постійної зміни і вдосконалення теоретичної та методологічної бази логістики. Ринки стають більш динамічними з нестабільним попитом. У той же час клієнти вимагають від підприємств індивідуальних рішень, високої якості логістичних послуг і мінімальних витрат.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням формування та ефективної діяльності ланцюгів поставок присвячено роботи вітчизняних і зарубіжних вчених, таких як: А. П. Долгов, В. К. Козлов, С. А. Уваров [5], Т. О. Зінчук, О. І. Попов, Г. М. Тарасюк та інших.

Метою статті є дослідження основних логістичних концепцій на прикладі підприємств масложирової галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасних умовах господарювання виникає потреба досягнення у виробничій діяльності підприємств стабільності на ринку та закріплення власних позицій серед підприємств-конкурентів. З метою забезпечення виконання основних завдань підприємств харчової промисловості, а саме без-

перебійного виробництва та поставки якісних і безпечних продовольчих товарів, виникає необхідність у більш повному використанні переваг логістики та впровадженні логістичних систем. Логістичне управління на підприємствах харчової промисловості дає можливість збільшити віддачу всього логістичного ланцюга та отримати такий економічний ефект, як скорочення витрат і часу у сферах виробництва та обігу, що є важливим показником для підвищення ефективності діяльності підприємств харчової промисловості. Виникнення і розвиток логістичних концепцій пов'язані з еволюцією бізнесу в промислово розвинених країнах. Фундаментальними концепціями в логістиці є: інформаційна, маркетингова та інтегральна. На теперішній час найбільш поширені інтегровані логістичні концепції, в основі яких оптимізація всіх основних та допоміжних процесів на підприємстві, таких як «проекування — закупівля — виробництво — розподіл — продаж — сервіс» тощо. [2].

За кордоном логістика давно стала практичним інструментом бізнесу, а інтегрована логістика є однією з основних комплексних функцій, що характеризують фінансово-виробничу діяльність західних фірм. Різні логістичні концепції в стратегічному плануванні та поточному управлінні основними сферами бізнесу протягом двадцяти років застосовують провідні зарубіжні фірми й транснаціональні корпорації, такі як IBM, Procter & Gamble, Coca-Cola, General Motors, Ford Motors, Volvo, Toyota Motors, Electrolux, TNT, Deutsche Telecom, BTL, ASG AB, Acer Computer, G&F Industries, General Foods, Johnson & Johnson і багато інших [3].

Що стосується масложирової галузі, то Україна стабільно утримує перше місце у світовому

© А. С. Бритвенко, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Бритвенко А. С. Логістичні концепції на підприємствах масложирової галузі / А. С. Бритвенко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 1 (33). — С. 43–46.

References (APA):

Brytvienco, A. (2016). Lohistychni kontseptsii na pidpriemstvakh maslozhyrovoi haluzi [Logistic concept for oil and fat industry enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (33), 43–46 (in Ukr.).

виробництві та експорті соняшникової олії, виробництво якої контролюється декількома великими агрохолдингами (Kernel Holding S. A., Suntrade Bunge Ukraine, Cargill Україна, промисловою групою «Креатив»); 70 % ринку кондитерської продукції контролюється сімома найбільшими виробниками, серед яких Рошен, Конті, АВК, Крафт Фудз Україна; у виробництві напоїв сегмент безалкогольної продукції контролюється декількома міжнародними ТНК — Coca-Cola, PepsiCo, Suntory Holdings Ltd, а також ПрАТ «КЗБН «Росинка» і ПАТ «Оболонь»; на ринку пива 95 % виробництва здійснюється чотирма найбільшими компаніями — ПАТ «САН ІнБев Україна», ПАТ «Оболонь», Anadolu Efes Ukraine, ПАТ «Карлсберг Україна»; на ринку горілки домінує трійка найбільших виробників — ТОВ «Алкогольні традиції» (холдинг «Баядера»), Global Spirits Group, ГК «Олімп». Помірно концентрованими є ринки вина, м'ясної та молочної продукції, проте й на них простежується тенденція до консолідації активів [4].

Нині логістичний менеджмент на підприємствах масложирової галузі зазвичай розглядається як інструмент, що дозволяє зменшити загальні витрати на закупівлю матеріальних ресурсів, управління запасами, транспортування і вантажопереробки продукції. Однак не рідкі випадки, коли зменшення загальних логістичних витрат фірми досягається за рахунок збільшення конфліктів між персоналом логістики та інших функціональних сфер бізнесу. Традиційний поділ функціональних обов'язків та відокремлення рівнів управління і контролю в певних організаційних структурах фірми неминуче призводить до виникнення конфліктних ситуацій, згладжування яких має бути одним із завдань персоналу інтегрованої логістики [2].

У логістиці поняття «концепція» розглядається з двох точок зору: по-перше, концепція розглядається як парадигма, ідея, що керує; по-друге, — як логістична технологія, тобто стандартна послідовність виконання логістичного процесу, що втілює певну логістичну парадигму. Концепція логістики вимагає координації всіх систем руху та зберігання матеріалів і товарів. У результаті створюється логістична система підприємства — єдина можлива форма існування логістики як інтегрованої функції управління матеріальним потоком. Сутність концепції полягає у розробці і впровадженні логістичної системи підприємства. У науковій економічній літературі вченими розрізняються інформаційна, маркетингова та інтегрована логістичні концепції, кожна з яких має свої закономірності виникнення, особливості розвитку і переваги та недоліки.

Для організації потоків у рамках виробничої логістики застосовують концепції MRP I, MRP II.

Система MRP I (Materials Requirements Planning — англ.) — планування потреби у матеріалах — передбачає використання комп'ютеризованого методу для визначення потреби у матеріалах на різних стадіях виробничого процесу. Ця технологія має широкий набір машинних програм, який забезпечує узгодження логістичних функцій. Використання системи MRP I на харчових підприємствах забезпечить зменшення запасів, скорочення інцидентів невиконання угод щодо поставок готової продукції. Система MRP II (Manufacturing Resources Planning — англ.) — планування виробничих ресурсів — за спектром функцій розглядається як друге покоління системи MRP. Дана технологія поєднує в собі функції попередньої інтегральної концепції та забезпечує інтеграцію всіх основних процесів, які виконує харчове підприємство. Завданням концепції MRP II є оптимальне формування потоків матеріалів, сировини, напівфабрикатів та готової продукції [5].

Концепцією логістики, яка також використовується харчовими підприємствами, є концепція LP (Lean Production — англ.) — «струнке виробництво». Її по суті можна вважати розвитком підходу «точно в термін». Сутність цієї концепції полягає у поєднанні високої якості, невеликих розмірів виробничих партій, низького рівня запасів, висококваліфікованого персоналу та гнучкого обладнання. На відміну від попередньої інтегральної концепції система планування ресурсів підприємства типу ERP (Enterprise Resource Planning — англ.) є більш сучасною. Вона являє собою інтегровану сукупність методів, процесів, технологій та засобів. Системи ERP інтегрують різні сфери діяльності харчового підприємства і можуть відразу реагувати на зміни попиту. У харчовій галузі системи ERP охоплюють своїм діапазоном чотири сфери логістичної діяльності. В умовах глобалізаційних змін підприємства харчової промисловості повинні володіти повною інформацією про клієнтів з метою задоволення їх потреб. Це забезпечує система CRM (Customer Relationship Management — англ.) — технологія, яка підтримує стратегію управління підприємством, має на меті збільшення прибутків і зниження витрат через удосконалення процесів, сконцентрованих на клієнті. Вміле впровадження CRM може бути для підприємства джерелом багатьох вигод. Варто згадати про так зване управління ланцюгом поставок SCM (Supply Chain Management — англ.). Ця концепція є одним із базових елементів нового підходу до управління проектами, спрямованого на скорочення термінів виробництва харчової продукції. Йдеться насамперед про організацію чіткої інформаційної взаємодії з постачальниками для прямого відпрацювання всіх замовлень без затримок, проміжних запасів та інших витрат. Найбільш сучасною концепцією є CSRP (система

планування ресурсів, орієнтована на споживача). Вона передбачає, щоб при плануванні та управлінні компанією, яка спеціалізується на виробництві харчової продукції, враховувалися не тільки витрати на виробництво, а й витрати на просування та обслуговування товару [6].

Однією з основних проблем логістики харчової промисловості України є недостатній розвиток логістичної інфраструктури і, як наслідок, «відставання логістичних можливостей від обсягів врожаїв». Недостатнє покриття території країни, незадовільний стан та низька пропускна здатність автомобільних доріг, брак спеціалізованих залізничних вагонів, сучасних розподільчих центрів у регіонах, складів-холодильників, овочесховищ тощо призводять до високих транспортних, складських витрат і значних втрат сировини. Міжнародні експерти також відмічають низьку якість транспортних та інформаційних технологій вітчизняної логістичної інфраструктури. Стратегічні рішення з реалізації проєктів щодо розвитку логістичної інфраструктури вимагають залучення значних ресурсів як держави, так і комерційних структур і займають значні проміжки часу. Вітчизняні агрохолдинги та провідні підприємства масложирової галузі, формуючи операційну модель вертикальної інтеграції, вкладають значні ресурси у власну логістику, що дає змогу використовувати стратегії «Створення власної логістичної інфраструктури». Це дозволяє підвищити рівень керованості та надійності ланцюгів поставок, підтримувати високий рівень логістичного сервісу поряд з одночасним скороченням загальних логістичних витрат.

Широко відомий приклад створення власної логістичної системи компанією «Нібулон», сформованої «з метою зменшення залежності від зовнішніх факторів, зниження рівня ризиків у господарській діяльності. Закуплено власний вантажний автопарк, збудовано 13 елеваторних комплексів та перевантажувальних терміналів у різних регіонах України, сформовано власний водний вантажний флот компанії, що налічує 28 несамохідних суден та 7 буксирів». Використання найдешевшого виду перевезень — річкової логістики дає змогу компанії «Нібулон» суттєво скоротити свої транспортні витрати. Активно розвивають власну логістику й провідні кондитерські компанії. Наприклад, «для покращення умов зберігання сировини та готової продукції, для оптимізації поставок продукції та мінімізації затримок продукції на складі — Кондитерська Корпорація Roshen ввела в експлуатацію власний логістичний центр». Важливими стратегічними кроками розвитку логістики Групи «КОНТІ» стало спорудження «найбільшого в кондитерській галузі автоматизованого логістичного центру в Макіївці та Курського логістичного комплексу, найбільшого

в Центрально-Чорноземному районі Російської Федерації» [7].

Висновок. Отже, логістику доцільно розглядати як науково-практичну концепцію управління рухом матеріальних потоків від джерела їх виникнення до кінцевого споживання з оптимальним співвідношенням логістичних витрат та задоволення споживачів. Економічні результати впровадження логістичної концепції визначаються окремими функціями, які вона виконує, та інтеграцією цих функцій у єдиний механізм скорочення логістичних витрат при забезпеченні високого рівня задоволення ринкового попиту.

Література

1. Стратегия развития аграрного сектора Украины до 2020 года. Перспективы развития рынка масличных культур Украины в 2012/13 МГ [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1007066#Urn8oBB3Dcs>.
2. Сергеев В. И. Логистика в современной фирме / В. И. Сергеев // Интернет-сервис для поиска логистических компаний [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://transmap.ru/articles/view/429>.
3. Щодо розвитку інвестиційних процесів у харчовій промисловості України. Аналітична записка // Національний інститут стратегічних досліджень при Президентові України [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1539>.
4. Долгов А. П. Логистический менеджмент фирмы: концепция, методы и модели : учебное пособие / А. П. Долгов, В. К. Козлов, С. А. Уваров. — СПб : Бизнес-пресса, 2005. — 384 с.
5. Зінчук Т. О. Логістика підприємств харчової промисловості: основні концепції та системи в умовах ринку [Електронний ресурс] / Т. О. Зінчук, О. П. Глібо. — Режим доступу : <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/test/article/viewFile/409/411>.
6. Тарасюк Г. М. Логістичні концепції в розвитку підприємств харчової промисловості / Г. М. Тарасюк // Підвищення ефективності діяльності підприємств харчової та переробної галузей АПК. Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції, Київ, 19–20 листопада 2014 р. : тези доповідей. — К. : НУХТ, 2015. — 326 с.
7. Попов О. І. Аспекти формування стратегії розвитку логістики підприємств харчової промисловості та алгоритм її реалізації [Електронний ресурс] / О. І. Попов // Вчені записки Університету «КРОК» — 2014. — Випуск 35. — Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2014_35_26.

References

1. *Stratehiya rozvytyia ahrarnoho sektora Ukrainy do 2020 hoda. Perspektyvy rozvytyia rynku maslychnykh kultur Ukrainy v 2012/13 MH* [Strategy of development of agrarian sector of Ukraine until 2020. Prospects of development of the oilseeds market of Ukraine in 2012/13 my]. (2013). Retrieved from: <http://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1007066#Urn8oBB3Dcs> (in Russ.).
2. Serheev, V. Y. *Lohystyka v sovremennoi fyrmie* [Logistics in modern company] (2008). Retrieved from: <http://transmap.ru/articles/view/429/> (in Russ.).
3. *Shchodo rozvytku investytsiynykh protsesiv u kharchovii promyslovosti Ukrainy. Analitychna zapyska* [Regarding the development of investment processes in the food industry of Ukraine. Analytical note] (2015). Retrieved from: <http://www.niss.gov.ua/articles/1539> (in Ukr.).
4. Dolhov, A. P., Kozlov, V. K., Uvarov, S. A. (2005). *Lohystycheskyi menedzhment fyrm: kontseptsyia, metody y modely* [Logistic management of a company: concept, methods and models: a tutorial]. Sankt-Peterburg: Byznys-pressa (in Russ.).

5. Zinchuk, T. O., Hlibko, O. P. (2015). *Lohistyka pidpryemstv kharchovoi promyslovosti: osnovni kontseptsii ta systemy v umovakh rynku*. [Logistics of the food industry: basic concepts and systems in the market]. Retrieved from: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/test/article/viewFile/409/411> (in Ukr.).

6. Tarasiuk, H. M. (2014, November 19–20). Lohistychni kontseptsii v rozvytku pidpryemstv kharchovoi promyslovosti [Pidvyschennia efektyvnosti diialnosti pidpryemstv kharchovoi ta per-

erobnoi haluzei APK]. *Proceedings of the III all-Ukrainian scientific-practical conference*. Kyiv (in Ukr.).

7. Popov, O. I. (2014). Aspekty formuvannia stratehii rozvytku lohistyky pidpryemstv kharchovoi promyslovosti ta alhorytm yii realizatsii [Aspects of formation of strategy of development of logistics enterprises of the food industry and an algorithm for its implementation]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vzuk_2014_35_26 (in Ukr.).

УДК 330.322

О. Л. Горяча

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Анотація. У статті розглянуто теоретико-економічну сутність поняття «інвестиційна привабливість підприємства» на основі узагальнення наявних її трактувань та прийнято визначення інвестиційної привабливості для підприємства. Проаналізовано поле кількісних і якісних факторів, які впливають на формування інвестиційної привабливості підприємства. Розглянуто чинники, що визначають рівень інвестиційної привабливості підприємства. Запропоновано процес управління інвестиційною привабливістю промислового підприємства.

Ключові слова: інвестиційна привабливість підприємства, промислове підприємство, кількісні і якісні фактори, інвестиційний клімат, індекс інвестиційної привабливості.

Summary. Theoretical economic substance of the term «investment attractiveness of enterprise» based on a synthesis of available treatments and accepted definition of investment attractiveness of the enterprise is considered. The field of quantitative and qualitative factors that influence the formation of investment attractiveness is analyzed. The factors that determine the level of investment attractiveness are discovered. The process of investment appeal of industrial enterprise is proposed.

Key words: investment attractiveness of the enterprise, industrial enterprise, quantitative and qualitative factors, investment climate, the index of investment attractiveness.

Актуальність теми. У сучасних умовах ключовим напрямком здійснення економічних реформ є активізація інвестиційних процесів. Це визначає необхідність створення адекватної ринковій економіці організації інвестиційної діяльності на промислових підприємствах і розробки прогресивних методів управління інвестиційним процесом.

В умовах обмеженості інвестиційних ресурсів проблема обґрунтування вибору пріоритетного об'єкта інвестування стає актуальною не тільки для потенційних інвесторів, але й для самих промислових підприємств.

Виникає необхідність вирішення як теоретичних, так і практичних питань, пов'язаних із розкриттям сутності інвестиційної привабливості, її виміру й оцінки як необхідної умови здійснення ефективної інвестиційної діяльності.

Опубліковані в періодичних виданнях або розміщені в мережі Інтернет методичні мате-

ріали з оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств засновані на використанні або тільки кількісних, або тільки якісних факторів і не повністю враховують всю сукупність фінансово-економічних, маркетингових та виробничих характеристик промислових підприємств різних організаційно-правових форм. У відкритій зарубіжній літературі з інвестиційного менеджменту містяться лише теоретичні аспекти організації інвестування і технології «due diligence» (англ. — «перевірка належної сумлінності») підприємств. Практичні ж методи оцінки інвестиційної привабливості підприємств провідних західних консультативних фірм та інвестиційних компаній вважаються комерційною таємницею, широкому колу наукової громадськості не доступні і не адаптовані до українських економічних умов, що й говорить про актуальність вивчення цієї проблеми.

© О. Л. Горяча, 2016

Бібліографія ДСТУ:

Горяча О. Л. Інвестиційна привабливість промислового підприємства / О. Л. Горяча // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. — 2016. — № 1 (33). — С. 46–52.

References (APA):

Noriacha, O. (2016). Investytsijna pryvablyvist' promyslovoho pidpryemstva [Investment attractiveness of industrial enterprises]. *Visnyk Berdians'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*, 1 (33), 46–52 (in Ukr.).