

Володимир Сергійович ДЖАДАН,

студент групи 13-ТТ

Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – ДАНИЛЕНКО Валерій Володимирович,

к.е.н., доцент кафедри агрології та управління ланцюгами постачань

Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

МІСЦЕ ЗВОРОТНІХ МАТЕРІАЛЬНИХ ПОТОКІВ В УПРАВЛІННІ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ

Зворотному матеріальному потоку характерний рух продукції від споживача до продавця. Принцип його роботи є зворотним відносно руху ТМЦ уздовж традиційного матеріального потоку від продавця до клієнта.

Зворотна логістика – це процес планування, організації, моніторингу та контролю ефективного і продуктивного вхідного потоку і зберігання поверненої споживачем продукції та відповідної інформації, які пов'язані з метою відновлення вартості або належного вибуття продукції. Нижче наведені деякі приклади зворотного матеріального потоку:

- повернення продукції та управління її переміщенням;
- перероблювальні та відновлювальні роботи;
- управління та продаж надлишків, а також повернутого обладнання та машин згідно умов лізингових угод.

Різні типи зворотного матеріального потоку виникають на різних стадіях життєвого циклу продукції. В основному техніка управління зворотним матеріальним потоком передбачає виконання наступних п'яти ключових бізнес-процесів:

- Придбання продукту: викуп використовуваного продукту у користувача реселером або виробником через будь-який виробничий дефект, або з якої-небудь іншої причини. В основному реалізація подібних заходів розглядається як елемент стратегії зростання компанії.

- Зворотна логістика: доставка продукції з кінцевого пункту призначення для аудиту, сортування та утилізації.

- Інспекція та утилізація: вивчення стану повернутого продукту поряд з прийняттям найбільш вигідного рішення про його повторне використання в якийсь інший спосіб.

- Відновлення або переобладнання: повернення продукту до його початкового джерела, звідки він був замовлений на першому етапі разом зі специфікаціями. Це робиться в основному при наявності виробничого або конструктивного дефекту в товарі.

- Маркетинг: створення вторинних ринків для товарів, які були повернуті продавцю від клієнта, який спочатку замовив їх, але вирішив повернути.

Загалом, ми можемо констатувати, що підприємства, які ефективно здійснюють управління своїми прямими матеріальними потоками, є найбільш успішними в організації зворотних потоків. Обидва види зазначених об'єктів логістичного управління утворюють замкнуту систему. Наприклад, компанія може розробляти макет продукту відповідно до виробничих рішень з подальшою переробкою і відновленням. Виробники побутової техніки є прекрасним прикладом успішної організації зворотного ланцюга постачань. Вони вбудовують спеціальні датчики в двигуни своїх електровиробів, які сигналізують про доцільність здійснення технічного обслуговування агрегату.

Технологія відіграє тут велику роль, знижуючи витрати на інспекцію та утилізацію, дозволяючи компанії отримувати прибуток від відновлених комплектуючих. Насправді, поряд із управлінням зворотними матеріальними потоками, будь-які прояви далекоглядного стратегічного мислення здатні приносити великі дивіденди в умовах конкурентної боротьби на орієнтованому на споживача ринку.

Список бібліографічних посилань.

1. Даниленко В. В. Управління плануванням оцінки потреб при розробці інвестиційного проекту сільськогосподарської організації. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 1 (57). С. 105-111.

2. Кравцов А. Г. Аналіз перспектив впровадження логістичних підходів в сферу АПК. *Вісник ХНТУСГ ім. П. Василенка*. 2013. № 136. С. 272-279.

3. Даниленко В. В. Ідентифікація характеристик конкурентного середовища цільових ринків збуту продукції підприємств-виробників зерна. *Соціальна економіка*. 2020. № 59. С. 32-38.

4. Vojtov V. A., Muzylyov D. A., Berezchnaja N. G. Integrated approach in calculation of the economic effect of the functioning of the transport and logistics complex with the account of the risk factor. *Web of Scholar*. 2018. № 1(3). С. 12-18.

Микита Михайлович КОЛЕСНІЧЕНКО,

студент групи ІЗ-ТТ

Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Науковий керівник – ДАНИЛЕНКО Валерій Володимирович,

к.е.н., доцент кафедри агрологістики та управління ланцюгами постачань Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

СУТНІСТЬ ОРІЄНТОВАНИХ НА ПОПИТ СТРАТЕГІЙ ІНТЕГРАЦІЇ СУБ'ЄКТІВ ЛАНЦЮГА ПОСТАЧАНЬ

Концептуальні засади стратегій, орієнтованих на попит, в системі управління ланцюгами постачань були вперше обґрунтовані для розуміння значення збору інформації щодо попиту на виникнення періодів неактивності, оскільки дана інформація поширюється від джерела попиту до постачальників. Протягом певного досліджуваного терміну, на основі прогнозних оцінок, як правило, підприємства виробляють достатню кількість товарів, щоб задовольнити потреби своїх клієнтів. Але дане твердження не може в повній мірі відображати реальну картину на оперативному рівні, на якому, наприклад, приймається лєвова частка рішень щодо управління запасами.

У будь-якому випадку, коли фактичний попит відрізняється від прогнозованого, перше, що потрібно зробити, це відповідно скорегувати рівні пропозиції на кожному етапі ланцюга постачань. Але через певну затримку між зміною попиту та його виявленням в різних точках уздовж ланцюга постачань