

УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНИМИ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАЧАНЬ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛЬНИХ ТРЕНДІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

*Ларіна Т. Ф. доктор екон. наук, проф., Люкіна В. Р., студентка
Державний біотехнологічний університет*

MANAGEMENT OF LOGISTICS SUPPLY CHAIN IN THE CONTEXT OF GLOBAL TRENDS OF ECONOMIC DEVELOPMENT

*Larina T. F. Doctor of Economics Sciences, Professor, Lyukina V. R., student
State Biotechnological University*

Концепція інтегрованої логістики, або логістики ланцюгів поставок, виникла в результаті розвитку інтеграційних процесів в економіці та їх поширення за межі основних господарських зв'язків через взаємодію з бізнес-партнерами у сфері постачання та збуту готової продукції. Разом з нею народилася концепція "управління ланцюгами постачань".

Як стверджує Наконечна Т.В., ланцюг постачань - лінійно впорядкована чисельність фізичних чи юридичних осіб (постачальників, виробників, посередників тощо), які виконують логістичні операції, спрямовані на доведення зовнішнього матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої чи до кінцевого споживача[1, с. 64]. А з точки зору Іванова Д.А. і Дибської В.В., ланцюг постачань - це взаємопов'язана структура бізнес одиниць, яка об'єднана відношенням "постачальники - фокусне (головне) підприємство - споживачі" у процесі створення та реалізації товарів, що мають цінність для кінцевого споживача, відповідно до вимог ринку[2, с. 12].

Сучасне розуміння ланцюгів постачань полягає в тому, що необхідно створювати альянси з торговими партнерами, щоб мінімізувати загальну вартість ланцюга постачань і максимізувати цінність для кінцевого споживача.

З появою концепції управління ланцюгами постачань (SCM) рівень інтеграції почав зростати, поступово переходячи від операційного рівня та інтеграції інфраструктури до інформаційної інтеграції. Інтеграція зазвичай розуміється як процес, за допомогою якого окремі частини або функції системи стають взаємопов'язаними.

Управління ланцюгами постачань означає концепцію планування, управління і контролю за допомогою ланцюгів постачань, що охоплює всі фази створення і доставки логістичних вартостей - від місця отримання сировини через виробництво до кінцевого покупця з метою пропозиції відповідних товарів у відповідному місці та часі, у відповідній кількості та якості, за обґрунтованих витрат, з використанням сучасних інформаційних технологій.

Управління ланцюгами постачань включає наступні ключові функції [3, с.29]:

- 1) управління відносинами зі споживачами;
- 2) управління обслуговуванням споживачів;
- 3) управління попитом;
- 4) управління виконанням замовлень;
- 5) управління виробничим потоком;
- 6) управління постачанням;
- 7) управління продуктом;
- 8) управління зворотними потоками.

Основними принципами SCM є:

- 1) проведення сегментування споживачів на основі їх потреб у сервісах;
- 2) орієнтація логістичної мережі на клієнта;
- 3) відслідковування ринкового попиту та здійснення планування, спираючись на спостереження;
- 4) вивчення попиту споживачів;
- 5) стратегічне планування поставок;

- 6) розробка стратегії ланцюга постачання;
- 7) використання методів приваблення (захоплення) нових каналів розподілу.

Показником сучасного розвитку SCM є зростання інформаційних мереж. Для успішного використання логістичної інформації в ланцюзі потрібне розміщення комунікаційних мереж, що орієнтовані на логістичні процеси. Інформаційні й комунікаційні мережі утворюють основу для інтеграції вантажних, товарних та інформаційних потоків, а також бізнес-процесів. Наприклад, використання Інтернет-технологій має суттєвий вплив на зниження часу поставок (перевезень) і запасів.

Реалізовані проекти з впровадження управління ланцюгами постачання показали можливість зниження рівня запасів до 60%, скорочення терміну виробництва за рахунок узгодження процесних ланцюгів до 50%, підвищення прибутку за рахунок оптимізації процесу створення вартості та зниження трансакційних витрат до 30%, підвищення якості продукції до 30%, збільшення обороту й частки ринку за рахунок підвищення гнучкості та швидкості реакції та зміни стосунків з клієнтами до 55%.

Ці ефекти досягаються за рахунок інтеграції та координації бізнес-процесів для підтримки постійного балансу між потребами й поставками по всій довжині ланцюга створення вартості.

Визначальними для досягнення ефективності є такі основні напрямки [4, с.43 - 44]:

- 1) єдина орієнтація на процес планування і керування всіма потоками: інформаційними, транспортними, матеріальними, фінансовими вздовж всього ланцюга створення вартості;

- 2) інтеграція всіх партнерів по ланцюгу створення вартості для вирішення загальних стратегічних завдань;

- 3) усунення інформаційних перепон між узгодженими областями планування, керування і створення інструментарію сучасних інформаційних і комунікаційних систем (мереж), покликаних забезпечити безперервний і наскрізний рух інформаційного потоку відповідно до потреб ринку.

Таким чином, реалізація концепції управління ланцюгами постачань визначається специфікою виробничо-господарської діяльності кожної компанії. Залежно від того, які товари та послуги пропонуються споживачам і якою є політика стратегічного партнерства з постачальниками, посередниками та споживачами, управління ланцюгами поставок є досить індивідуальним у кожному конкретному випадку.

Список посилань.

1. Наконечна Т. В. Формування та управління логістичним ланцюгом поставок на ринку металопластикової продукції. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. Хмельницький, 2009. № 5. Т. 3. С. 17–174.

2. Колодізева Т.О. Управління ланцюгами поставок: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 164 с.

3. Токмакова І. В., Овчиннікова В. О., Корінь М. В. Управління ланцюгами постачань: конспект лекцій. Харків : УкрДУЗТ, 2021. Ч. 1. 55 с.

4. Пруненко Д. О. Управління ланцюгом постачань. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 140 с.

УДК 656.1

ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ НА БАЗІ НЕЙРОННОЇ МЕРЕЖІ У ТРАНСПОРТНІЙ ЛОГІСТИЦІ

*Бурмістров О.П., студент, Музильов Д.О., к.т.н., доцент, Карнаух М.В., к.т.н., доцент
Державний Біотехнологічний Університет*