

секційне засідання:

Логістика

Євтухова С.М.

к.е.н., доцент кафедри менеджменту і адміністрування

Херсонський державний університет

м. Херсон, Україна

**ЛОГІСТИЧНІ ПРОЦЕСИ В СТРАТЕГІЧНОМУ ПЛАНУВАННІ
ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ
ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Економічні перетворення сучасної економіки, які відбуваються під впливом трансформацій у зовнішньому середовищі, вимагають перегляду основних планових показників діяльності підприємств, що в свою чергу впливає на формування їх системи стратегічного планування. Складовими, що виступають базою для функціонування підприємств харчової промисловості при безумовному впливі зовнішнього середовища та реалізації внутрішніх чинників, є логістичні процеси, тобто система «виробник-споживач».

У зв'язку з тим, що логістичні процеси розкриваючись через формування потоків матеріальних і нематеріальних ресурсів, інформації у виробництві і розподілі продукції, це дозволяє говорити про процес задоволення платоспроможного попиту на готову продукцію. Використовуючи методи логістики як суттєвого стратегічного елементу в реалізації і розвитку конкурентних переваг підприємств, останні прагнуть досягти позитивної оцінки споживачів та зберегти свою конкурентну позицію на ринку. Сьогодні логістику можна розглядати як сучасну конкурентну стратегію, основними аспектами побудови якої є процеси мінімізації витрат і оптимізації системи ресурсів. Насамперед, конкурентна стратегія підприємств харчової промисловості спрямована на розширення асортименту продукції та її реалізації.

Стратегічною метою розвитку харчової промисловості Херсонщини є формування такої структури випуску харчової продукції, яка б відповідала потребам споживачів, сприяла збалансованому розвитку виробничих потужностей і спиралася на використання головним чином власних продовольчих ресурсів. У складі харчової промисловості Херсонської області – понад 20 галузей, найважливішими з яких є цукрова, м'ясна, маслосироробна, виноробна, маслоробна, консервна, рибна, соєва. Виходячи зі стратегічної мети підприємств галузі, пріоритетом є істотне збільшення виробництва продовольства та насичення регіонального споживчого ринку вітчизняною продукцією для всебічного задоволення потреб населення у високоякісних продуктах харчування.

Для зростання обсягів виробництва необхідним є:

- збільшення коефіцієнта завантаження потужностей підприємств харчової промисловості;
- розширення асортименту інноваційної продукції і нарощування виробництва продуктів, готових до споживання та продукції з глибоким ступенем переробки сільськогосподарської сировини;
- упровадження нових екологічно безпечних і привабливих для споживача видів тари й упаковки харчових продуктів, які відповідають міжнародним стандартам ISO;
- застосування новітніх технологічних прийомів, що дозволяють подовжити термін зберігання продукції;
- розширення ринків збуту продовольчої продукції;
- модернізація та реконструкція діючого обладнання, оновлення матеріально-технічної бази підприємств харчової промисловості регіону, що підвищить рівень їх конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Поруч з цим, основними проблемами галузі є високий рівень зношеності основних промислових фондів та недостатність вкладень у модернізацію виробництва. Частка основних фондів харчової промисловості регіону у

загальноукраїнському показнику за період з 2010 р. по 2013 р. зменшилась з 2,7% до 1,6%. Ступінь зносу основних засобів був дещо нижчим, ніж середній показник по промисловості області, та становив в останні роки 44%–46%. Особливістю наявного промислового потенціалу галузі є його слабка технологічна гнучкість і все ще низький інноваційний рівень. Хоча до цього виду діяльності відносилась половина промислових підприємств області, які впроваджували інноваційні технології та продукцію, проте в абсолютному вираженні ця величина була незначною. Те ж саме стосується рівня упровадження систем якості, сертифікованих за міжнародними стандартами ISO. Технологічна структура капітальних вкладень переважно складається з витрат на придбання машин, обладнання та устаткування, впровадження прогресивних технологічних ліній у виробництво.

Від оснащення підприємства основними засобами та ефективного їх використання, передусім від ефективного використання основних виробничих засобів, вирішальною мірою залежить обсяг виробництва товарів і послуг та пов'язані з ними кінцеві результати діяльності підприємства. Зазначені недоліки обумовлені відсутністю в логістичній діяльності підприємств харчової промисловості чіткої стратегії розвитку. Адже неправильно обрана логістична стратегія або її відсутність призводять до зниження ефективності діяльності підприємств. У зв'язку з цим виникає необхідність здійснення стратегічного планування, що дасть можливість підприємствам покращити виробничо-господарську діяльність, залучити інвестиційний капітал та знайти шляхи виходу з кризового стану.

Різке збільшення значення стратегічного планування пояснюється й прискоренням трансформацій у ринковому середовищі, появою нових запитів і змін позиції споживача, зростанням конкуренції за ресурси, розширенням чинників глобалізації бізнесу, впровадженням нових методів управління логістичними процесами у зв'язку із розширенням світогосподарських зв'язків, прогресивних впроваджень наукових та технічних засобів, розвитком інформаційних мереж; зміною організаційно-управлінської системою

підприємств тощо. Така ситуація обґрунтована тим, що в сучасних умовах підприємства будують систему планування не хаотично, а з певною залежністю від чинників оточуючого середовища, обираючи та застосовуючи при цьому відповідні логістичні стратегії, які будуть відповідати певному етапу розвитку компанії. Це пояснюється тим, що логістичні стратегії, однієї для всіх підприємств, не може існувати. Процес розробки логістичної стратегії для кожного підприємства різний, оскільки залежить від позиції підприємства на ринку, динаміки його розвитку, потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого ним товару або послуги, стану економіки, маркетингового середовища тощо.

Стратегічний аналіз середовища підприємств харчової промисловості Херсонської області створює підвалини для стратегічного планування можливостей розвитку ситуації, а також базується на розкритті основних етапів процесу стратегічного планування. Для того щоб це визначити, необхідно сформувати ефективну логістичну інформаційну систему, яка повинна забезпечити дані для аналізу минулих, теперішніх і майбутніх ситуацій щодо проведення маркетингової політики. Матеріально-технічні ресурси підприємство купує на ринку, де продавцями і постачальниками виступають безпосередньо підприємства – виробники або організації – посередники. Коло основних постачальників підприємства є досить стабільним, але періодично виникають нові завдання, які потребують нових матеріально-технічних ресурсів і нових постачальників (освоєння нової продукції, заміна і удосконалення технологічних систем, будівництво та ін.); і може настати потреба заміни окремих постачальників, збільшення їх кількості. Тому важливою є проблема вибору постачальника.

Харчова промисловість Херсонської області представлена підприємствами всіх форм власності, однак переважна більшість з них є приватними (98,0%). Тому ринками збуту підприємств є: оптово-роздрібні підприємства торгівлі, підприємства громадського харчування, точки фірмової торгівлі, де в середньому оптова торгівля складає 70%, роздрібна – 30%. Зміни в обсязі

виготовленої продукції залежать від споживачів, які оцінюються підприємствами за такими критеріями, як географічне місце розташування споживача; його демографічні та соціально-психологічні характеристики, що відображають його положення і стиль поведінки; ставлення споживача до продукту та його оцінка споживачем. Згідно зі статистичними даними за 2013 рік обсяг реалізованої харчової продукції у Херсонській області склав 4791108,2 тис. грн., що становить 43,9% і є найбільшим показником порівняно з іншими видами діяльності [1].

Зазначене вище доводить, що логістичні процеси в галузі харчової промисловості можна представити у вигляді взаємозв'язку таких складових стратегічного планування:

- аналіз логістичної інформації в системі «внутрішнє-зовнішнє середовище»;
- дослідження ресурсної бази підприємств, представленої фінансовими, людськими, природними, матеріально-технічним оснащенням;
- моніторинг підприємницького середовища галузі та відстежування конкурентів;
- дослідження стану стратегічного потенціалу підприємств;
- планування випуску інноваційної продукції.

Синергетичний взаємозв'язок при плануванні наведених складових дозволить підприємствам ефективно реалізувати логістичні процеси у стратегічному плануванні та збільшити кількість конкурентноздатної інноваційної продукції, що, в свою чергу, позитивно вплине на формування інноваційної маркетингової політики харчових підприємств.

Література:

1. Офіційний сайт державної служби статистики у Херсонській області. – Електронний ресурс // <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/arkhiv-2013-roku/1524-obsyag-realizovanoji-promislovoji-produktsiji-za-osnovnimi-vidami-diyalnosti/4855-struktura-obsyagiv-realizovanoji-promislovoji-produktsiji-za-osnovnimi-vidami-diyalnosti-u-2013-rotsi-utochneni-dani.html>