

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра маркетингу та міжнародної логістики

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістр
зі спеціальності 075 Маркетинг
за освітньою програмою
Маркетинг та міжнародна логістика**

на тему: «Логістична концепція в стратегічному управлінні підприємством»

Виконавець:
студент ФМЕ
Міщеряков Дмитро Іванович

/підпис/

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Жарська Ірина Олександрівна

/підпис/

Одеса 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність роботи. Успішне функціонування та конкурентоспроможність будь-якої організації безпосередньо залежить від грамотної взаємодії всіх підсистем підприємства, в тому числі й логістики. Повномаштабне вторгнення російської федерації на територію України сколихнуло економіку країни. Бойові дії паралізували бізнес активність, що в свою чергу вплинуло на ланцюги поставок. В цих умовах, складності реалізації з'явилась необхідність адаптації до сучасних умов, шляхом створення гнучкої логістичної системи.

Питання корпоративних логістичних систем є важливим елементом дослідження. Це пов'язано з тим, що успішне функціонування та конкурентоспроможність будь-якої організації безпосередньо залежить від грамотної побудови корпоративної логістичної системи. Логістична діяльність підприємства є частиною управління ланцюгами поставок, яка планує, впроваджує і управляє ефективним прямим і зворотним потоком товарів, послуг і пов'язаної з ними інформації між пунктами походження і споживання з метою задоволення потреб клієнтів. Логістичний менеджмент є важливим елементом діяльності компанії, оскільки його діяльність впливає не лише на внутрішні процеси, але й на відносини з клієнтами.

Своєчасне виявлення проблем у логістичній системі компанії дозволяє уникнути багатьох витрат і дати можливість компанії продовжувати успішно функціонувати та залишатися конкурентоспроможною. Питання управління та вдосконалення логістичної діяльності знайшли своє відображення у низці публікацій вітчизняних та зарубіжних дослідників.

Управління логістичною діяльністю в цілому ускладнюється тим, що в науці та практиці не існує універсального способу управління логістикою, особливо вантажною транспортною діяльністю. Така ситуація зумовлює необхідність поглиблення і розвитку цієї теми та пошуку шляхів удосконалення логістичної діяльності українських компаній.

Об'єкт дослідження – логістична концепція в стратегічному управлінні підприємством ПАТ «Одескабель».

Предмет дослідження – теоретичні та методичні аспекти, практичний інструментарій впровадження логістичної концепції в діяльність підприємства.

Метою даної роботи є аналіз теоретичних положень та розробка практичних рекомендацій щодо впровадження логістичної концепції на підприємствах.

Відповідно до мети роботи необхідно вирішити наступні **завдання**:

- розглянути сутність, принципи та класифікацію логістичних концепцій в стратегічному управлінні підприємством;
- окреслити вплив логістики та логістичного управління на фінансові результати підприємства;
- провести загальну характеристику підприємства;
- здійснити аналіз логістичної діяльності підприємства;
- окреслити етапи та виокремити пропозиції удосконалення логістичної діяльності;
- здійснити обґрунтування запропонованого заходу удосконалення;
- провести оцінку економічної ефективності запропонованого заходу.

У процесі виконання дипломної роботи застосовувався набір загальних та специфічних наукових **методів**, зокрема, застосовано системний та комплексний підхід, методи економіко-статистичного аналізу, групування, візуалізації за допомогою графіків і таблиць, експертних оцінок. Для отримання аналітичної інформації використано дані статистичних звітів та фінансової звітності підприємств, матеріали експертів у сфері менеджменту та логістики, підручники, монографії, наукові публікації та електронні ресурси.

Структура роботи. Дипломна робота складається зі вступу, трьох розділів основної частини, висновків, списку використаних джерел та додатків

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У першому розділі «Теоретичні основи логістичної концепції в стратегічному управлінні підприємством» визначено розглянути сутність, принципи та класифікацію логістичних концепцій в стратегічному управлінні підприємством,

проведено аналіз впливу логістики та логістичного управління на фінансові результати підприємства.

У другому розділі «Діагностика логістичної діяльності підприємства на прикладі ПАТ «Одескабель»» надано техніко-економічну характеристику ПАТ «Одескабель» здійснено аналіз логістичної діяльності підприємства, проведено аналіз логістичного потенціалу підприємства.

У третьому розділі «Шляхи удосконалення логістичної діяльності підприємства» виокремлено пропозиції удосконалення логістичної діяльності, здійснено обґрунтування запропонованого заходу удосконалення, проведено оцінку економічної ефективності запропонованого заходу.

ВИСНОВКИ

Логістичну технологію можна визначити як стандартизований набір (алгоритмів), що підтримується відповідними інформаційними системами для виконання конкретних логістичних функцій та/або логістичних процесів у функціональній області логістики та/або логістичній системі та втілений у конкретній логістичній концепції.

Логістична концепція - це платформа підтримки бізнесу та інструмент оптимізації ресурсів підприємства при управлінні його основними та супутніми потоками. Логістична концепція у виробництві включає такі основні положення: уникнення надлишкових запасів, уникнення надмірних витрат часу на основні транспортні та складські операції, уникнення виробництва партій деталей, не замовлених клієнтами, усунення простоїв обладнання, вимушеної ліквідації бракованої продукції, усунення необґрунтованих внутрішньозаводських перевезень, розворот від постачальника до доброзичливого партнера.

Традиційна концепція виробництва найкраще відповідає умовам "ринку продавця", історії економічного розвитку країн з плановою економікою.

Концепція логістики в широкому розумінні менеджменту передбачає побудову логістичної системи, основний принцип якої полягає "в єдиному процесі, що управляє потоком матеріалів і пов'язаними з ним потоками, завданнями якого є підтримка набору взаємопов'язаних елементів, які пов'язують внутрішні цілі бізнес-організації та/або об'єднані зовнішніми цілями".

Ця система повинна бути адаптивною, мати зворотні внутрішні зв'язки та зв'язки з зовнішнім середовищем, тобто достатньо ешелонованою та гнучкою. Основними функціями управління системи повинні бути управління закупівлями, управління транспортуванням, запасами, виробництвом, ціноутворенням, розподілом. До числа допоміжних функцій відносяться складування, упакування, збір повернутих відходів, інформаційне забезпечення поточкових процесів.

Таким чином, методологію маркетингово-логістичного управління можна визначити як сукупність цілей, завдань і законів, принципів і функцій управління, методів і технологій управління, а також як практику управлінської діяльності.

Суб'єктами управління є служби (управління, відділи, групи), що розробляють і реалізують логістичний і маркетинговий вплив на об'єкт управління.

Об'єктом управління є товарно-матеріальні, інформаційні і грошові потоки на всіх етапах їх руху від постачальника до кінцевого споживача.

Процес управління - це система комунікацій, розробка і реалізація управлінських рішень, обмін інформацією.

Таким чином, здійснюючи процес управління товарно-матеріальними потоками, логістика і маркетинг виконують функцію підтримки в допустимих межах відхилень контрольованих параметрів.

Для того, щоб підприємства ефективно існували та завоювали конкурентні переваги на ринку, вони повинні постійно перебудовувати свою організаційно-технічну структуру. Це дозволить наблизити рівень реально існуючого виробництва до його оптимального проекту, який відповідає сучасним знанням, техніці, технології, організації та управлінню виробництвом. Така перебудова неможлива без безперервної та гнучкої адаптації підприємства до змінних ринкових умов, нестабільного податкового законодавства та державного регулювання.

Спеціалізуючись на виробництві телекомунікаційних кабелів, Одеський кабельний завод освоїв і випускає широкий асортимент мідних і волоконно-оптичних кабелів зв'язку, радіочастотних, а також затребуваних в останні десятиліття цифрових або LAN-кабелів, номенклатура яких є найширшою на ринках Східної Європи. Крім цього, ПАТ «Одескабель» пропонує своїм споживачам силові та нагрівальні кабелі, проводи й шнури різного призначення.

Аналізуючи фінансової звітності підприємства стає видно, що обсяг продажу продукції ПАТ «Одескабель» у 2022 році порівняно з 2021 роком зменшився на 24,0%. До 2020 року ми бачимо непомітний, але зріст. В 2020 році під час COVID-19 обсяги продажів не сильно скоротилися, проте відновилися в значній мірі наступного року.

Витрати підприємства у 2022 році порівняно з 2021 роком зменшилися на 28,0%. Це відбулося через зниження обсягу продажів продукції, а також через заходи щодо оптимізації витрат, які впроваджувало підприємство. Чистий прибуток підприємства

у 2022 році порівняно з 2021 роком зменшився на 103,3%. Це відбулося через зниження обсягу продажу продукції та витрат підприємства.

Найбільший вплив на фінансовий стан компанії спричинило повномасштабне вторгнення РФ, що нанесло удар по економіці України, також окремо слід додати факт обстрілу енергетичної інфраструктури, в наслідок чого компанії були частково паралізовані через відсутність енергоресурсів для роботи.

Логістична діяльність підприємства пов'язана з управлінням організацією процесів виробництва, зберігання матеріалів і технічного постачання, від транспортування до продажу готової продукції - логістика є однією з провідних частин системи.

Відповідно даних звіту про підприємство, організаційна структура підприємства має розгалужену систему, яка включає субпідрозділи відповідальні за просування кожного перспективного виду продукції. Відповідальним за напрямок збуту є директор з маркетингу, який підпорядковується безпосередньо генеральному директору.

Відділ збуту відповідає за зберігання, продаж та розподіл готової продукції споживачам, канали збуту та відділ продажів займається зберіганням готової продукції, продажем і доставкою продукції споживачам, організацією каналів дистрибуції та дистриб'юторських мереж, організацією взаємодії між усіма бізнес-підрозділами для досягнення планових показників продажів. Для досягнення планових показників продажів здійснюються заходи щодо виконання плану продажів і організації надходження готової продукції з виробничих підрозділів на склади.

ПАТ «Одескабель» використовує власний автотранспорт для доставки допоміжної сировини на виробництво, транспортує готову продукцію зі складу до власних магазинів для індивідуальної доставки покупцям та здійснюється індивідуальна доставка покупцям (через інтернет-магазини).

Автопарк складається з 57 одиниць техніки, серед яких 26 вантажних автомобілів Volvo FH та Scania, а також причепи. Загальна вантажопідйомність всіх транспортних

засобів становить 197 тон. В основному автомобілі використовуються для перевезення готової продукції зі складу до власних фірмових магазинів.

Під час дослідження логістичної діяльності компанії виділено три основні інноваційні моменти. Їх впровадження дозволить не тільки підвищити ефективність роботи ПАТ «Одескабель», але й значно збільшити прибуток компанії, що є головною метою будь-якої бізнес-організації. Зокрема, було запропоновано три основні шляхи вдосконалення логістичної діяльності

Впровадження системи доставки Just in Time;

Впровадження та використання великих даних;

Впровадження «зеленої логістики»;

Основним фактором впровадження концепції логістики JIT є скорочення часових і фінансових витрат компаній на транспортування продукції. Іншими словами, це скорочення часу, що витрачається на весь логістичний цикл. Прибуток збільшується, оскільки оптимізуються і скорочуються такі витрати компанії, як запаси і штрафи за несвоєчасне виконання контрактів.