

**Міністерство освіти і науки України**  
**Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права**  
**Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»**  
**(Україна)**

**Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)**

**Гентський університет (Бельгія)**

**Сучавський університет ім. Стефана чел Маре (Румунія)**

**Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)**

**Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)**

**Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)**

**Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)**

**Сумський державний університет (Україна)**

**Сумський національний аграрний університет (Україна)**

**Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)**

**Державна установа**

**«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)**

**Державна установа**

**«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)**

**Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної**

**податкової служби у Полтавській області (Україна)**

**Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської**

**організації «Спілка аудиторів України» (Україна)**

**Торгово-промислова палата України (Україна)**

**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**  
**ПОЛТАВСЬКА ПОЛІТЕХНІКА**  
**ІМЕНІ ЮРІЯ КОНДРАТЮКА**



**ЗБІРНИК**

**II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції**  
**«СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В**  
**УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»**



**With the support of the**  
**Erasmus+ Programme**  
**of the European Union**

**06 червня 2024 року**

**ПОЛТАВА**

Підприємства, які враховують аспекти сталого розвитку у своїй стратегії, менш схильні до ризиків, пов'язаних з змінами клімату, регулятивними обмеженнями та соціальними проблемами. Це дозволяє підприємствам бути більш стійкими та конкурентоспроможними. Здійснення бізнесу відповідно до принципів сталого розвитку може зробити підприємство більш привабливим для інвесторів, спонсорів та партнерів, які також цінують цінності сталості.

Найважливішими складовими бізнес-моделі є: позиціонування компанії в галузевій бізнес-системі; модель прибутку; інноваційна складова бізнесу. Особливостями формування стійкої бізнес-моделі підприємства в умовах сталого розвитку є сукупність вимог: (1) моніторинг та адаптація до змін у зовнішньому середовищі; (2) оновлення стратегії розвитку підприємства; (3) впровадження нових технологій, зміна структури та бізнес-процесів; (4) підвищення рівня кваліфікації та удосконалення компетенцій персоналу; (5) створення безпечних та комфортних умов праці може та підвищення продуктивності праці.

Впровадження та дотримання екологічних та соціальних стандартів, таких як ISO 14001 та SA8000, може допомогти зменшити ризики, підвищити конкурентоспроможність та покращити імідж та репутацію підприємства. Впровадження стандартів, таких як ISO 14001, дозволяє підприємствам створити систему екологічного менеджменту, що сприяє ідентифікації, оцінці та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище. Це допомагає уникнути екологічних катастроф, штрафів та інших негативних наслідків, пов'язаних з порушенням екологічних норм.

#### **Список використаних джерел**

1. Прохорова В. В. Бізнес-моделі як інструмент коригування стратегічних позицій підприємств на конкурентних ринках. *Проблеми економіки*. № 2 (44), 2020. С. 274-280.
2. Зубкова А. Б., Майгурова Д. Бізнес-модель у стратегічному управлінні міжнародними високотехнологічними компаніями. *Бізнес-інформ*. 2021, 9:.. С. 224–235. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-9-224-235>.

УДК 658.7

Різник В.І., студент  
Науковий керівник – Гришко В.В., к.е.н., доцент  
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»*  
(м. Полтава, Україна)

#### **ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

У сучасних умовах господарювання багато компаній використовують стратегічне управління логістикою, що спрямоване на зниження витрат на логістичні канали і підвищення конкурентоспроможності. Ця стратегія може бути корисною для розробки ефективних систем управління логістикою, що включають у себе процеси управління інформаційними та товарними потоками між постачальниками, підприємством та споживачами. Однак, через недостатню розробку науковцями оптимальних стратегій та постійну зміну ринкових умов, формування логістичних систем часто відбувається не системно та неефективно. В умовах військової нестабільності важливо для вітчизняних підприємств знаходити шляхи підвищення ефективності своєї діяльності, причому одним з можливих шляхів є вдосконалення логістичної стратегії.

Формування логістичної стратегії для будь-якого підприємства є ключовим етапом у забезпеченні його успішності на ринку. Логістика відіграє важливу роль у всій ланцюзі постачання від закупівлі сировини до доставки готової продукції кінцевому споживачеві. Основною метою стратегії логістики є оптимізація цього процесу, зменшення витрат, підвищення ефективності та підвищення задоволення клієнтів.

Логістичну стратегію більшість авторів визначає як стратегію підприємницької структури, тобто узагальнену модель дій, необхідних для досягнення довгострокових цілей шляхом координації та розподілу ресурсів. Логістична стратегія підприємства є довгостроковим, якісно визначеним напрямом розвитку логістики, що стосується форм і засобів її реалізації на підприємстві, міжфункціональної і міжорганізаційної координації та інтеграції і є сформульована вищим менеджментом компанії, відповідно до корпоративної мети. Логістична стратегія підприємства спрямована на оптимізацію ресурсів підприємства при керуванні основними і супутніми потоками [2].

Логістична стратегія в управлінні підприємством визначає шляхи формування логістичної політики, спрямованої на планування та контроль внутрішніх та зовнішніх потоків на основі їх інтеграції та координації з метою досягнення конкурентної переваги. Ця стратегія створює зв'язок між корпоративною стратегією та окремими логістичними функціями, що реалізуються як в межах підприємства, так і за його межами. Важливо відзначити, що для підприємства головна мета одна - покращення якості обслуговування клієнтів, яка прослідковується у всіх чотирьох розглянутих стратегіях. Перша стратегія, спрямована на мінімізацію витрат, фокусується на пошуку балансу між зниженням витрат і збереженням якості обслуговування. Три інші стратегії представляють різні підходи до досягнення цієї основної мети: диверсифікація продукції (розширення видів діяльності), спеціалізація (зокрема через логістичний аутсорсинг) і логістичні інновації (в будь-яких їх виявах) [1].

У науковій літературі існують різні підходи до формулювання логістичної стратегії підприємства. Вчені виділяють різні варіанти та способи формулювання логістичної стратегії підприємства. За процес формулювання логістичної стратегії на підприємстві відповідає виключно вищий менеджмент підприємства та його логістичні відділи. Важливою умовою ефективного формулювання логістичної стратегії це її узгодження з станом внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, його можливостями. Типовий процес формулювання та реалізації логістичної стратегії підприємства включає наступні етапи [1-2]:

- етап 1. Аналіз існуючого стану логістики підприємства та тенденцій її розвитку/регресу;
- етап 2. Вибір та аналіз важливих логістичних стратегічних рішень на рівні підприємства в цілому та його окремих структурних підрозділів. Визначення базових вимог до складових логістичної стратегії;
- етап 3. Встановлення пріоритетів та вибір основної логістичної стратегії за сукупністю існуючих альтернатив. Ідентифікація необхідних ресурсів для реалізації логістичної стратегії та джерел їх отримання;
- етап 4. Розробка логістичного стратегічного плану з визначенням агрегованих показників як для логістичної системи підприємства у цілому, так і для окремих логістичних підсистем/логістичних бізнес-процесів.

Таким чином, логістична стратегія підприємства – це доцільний, взаємопов'язаний та взаємозалежний набір процесів, орієнтований на ринок, який сприяє створенню та підтримці гнучкого зв'язку між цілями та можливостями компанії з одного боку та ресурсами та реаліями ринку - з іншого. Ця стратегія допомагає втілювати процес формування логістичної політики, спрямованої на планування та управління внутрішніми та зовнішніми потоками на основі їхньої інтеграції та координації для досягнення довгострокових конкурентних переваг. Вона створює зв'язок між корпоративною стратегією та окремими логістичними функціями, які реалізуються в логістичній системі компанії та поза її межами.

#### **Список використаних джерел**

1. Водолажська Т.О. Логістична стратегія підприємства: сутність поняття. *Економіка трансп. комплексу : зб. наук. пр.* Харків, 2021. Вип. 37. С. 48-60
2. Скуль Г.В. Логістична стратегія підприємства з екологічнобезпечним використанням земель. *Науковий погляд: економіка та управління.* 2021. № 2 (72). С. 25-28