

Н.Г. СІКЕТІНА, ас., НТУ «ХПІ», Харків

ВПЛИВ НЕЦІНОВОГО ТА ЛОГІСТИЧНОГО ФАКТОРІВ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПРОДУКЦІЇ

В статті розглядається вплив нецінового та логістичного факторів на конкурентоспроможність продукції.

Nonprice and logistic factors are considered in the article as influencing to the competitiveness of product.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, неціновий фактор, логістичний фактор конкурентоспроможності продукції.

Вступ. Сучасна природа ринку, адресна спрямованість виробництва та розподіл продукції відповідно до запитів споживачів зумовлюють необхідність шукати додаткові можливості подальшого зниження витрат і собівартості продукції, підвищення рівня якості обслуговування споживачів для підвищення ефективності діяльності підприємств. Одним з таких напрямків є використання логістики для підвищення конкурентоспроможності продукції вітчизняних підприємств. Для України на сучасному етапі розвитку економіки залишається важливим підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, що позитивно впливатиме на досягнення певного рівня економічної ефективності діяльності вітчизняних підприємств.

Постановка завдання. Зараз економічна ефективність діяльності промислового підприємства виражається відношенням корисного результату до витрат, які забезпечують його досягнення. У такому разі при оцінці економічної ефективності діяльності підприємства вплив конкурентоспроможності його продукції не знаходить відображення [1 – 2].

В той же час, встановлений тісний взаємозв'язок між економічною ефективністю діяльності підприємства й конкурентоспроможністю його продукції. Тому пропонується включити до формули економічної ефективності рівень конкурентоспроможності продукції:

$$I_E = \frac{P \times I_{KC}}{B}, \quad (1)$$

де I_E – індекс економічної ефективності діяльності підприємства;

I_{KC} – індекс рівня конкурентоспроможності продукції; P – результат;

B – витрати.

Конкурентоспроможність продукції виражена у якості її індексу в формулі 1 може приймати значення: $I_{KC} > 1$ та $I_{KC} < 1$ (ринок не сегментується).

Якщо конкурентоспроможність продукції більша за одиницю, у формулі вона знаходиться у чисельнику; при збільшенні її рівня підвищується економічна ефективність діяльності підприємства, а при зменшенні рівня конкурентоспроможності продукції економічна ефективність діяльності підприємства зменшуватиметься.

Методологія. Резерви підвищення конкурентоспроможності продукції перебувають додатково ще в двох інших сферах: забезпечення споживача продукції підприємства перед- і післяпродажними послугами та мінімізації витрат на рух товарів. У зв'язку з цим ми пропонуємо використовувати неціновий та логістичний фактори при оцінці рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції.

Як нецінові показники конкурентоспроможності продукції можуть бути використані [3, с. 85]: імідж підприємства в бальній оцінці; імідж товару в бальній оцінці; перед- й післяпродажні (сервісні) послуги підприємства; диференціювання продукції відносно сегментів ринку; сприйнятливість підприємства до нововведень; інноваційний характер диференціації продукції.

У зв'язку з тим, що в практиці вітчизняних підприємств не розраховуються варіанти складових логістичних витрат, цей напрямок потребує подальшої розробки.

У Європі нові конкурентні переваги підприємства та товару створюються шляхом розробки для кожного підприємства логістичної системи з метою оптимального, з погляду одержання прибутку, прискорення руху матеріальних і пов'язаних з ними інформаційних та фінансових потоків [4, с. 120]. На рис. 1 представлено елементи логістичного ланцюга з виробництва продукції та її реалізації.

Суттєвого зниження логістичних витрат можна досягти у постачальницькій та збутовій логістиці, тому що там може бути варіантність, а виробнича сфера забезпечується існуючими виробничим процесом. Тому далі розглядатимемо постачальницьку та збутову логістику, які включають складську та транспортну логістику. Як видно з рис. 1, логістика супроводжує продукцію та товар на всіх їхніх стадіях життєвих циклів.

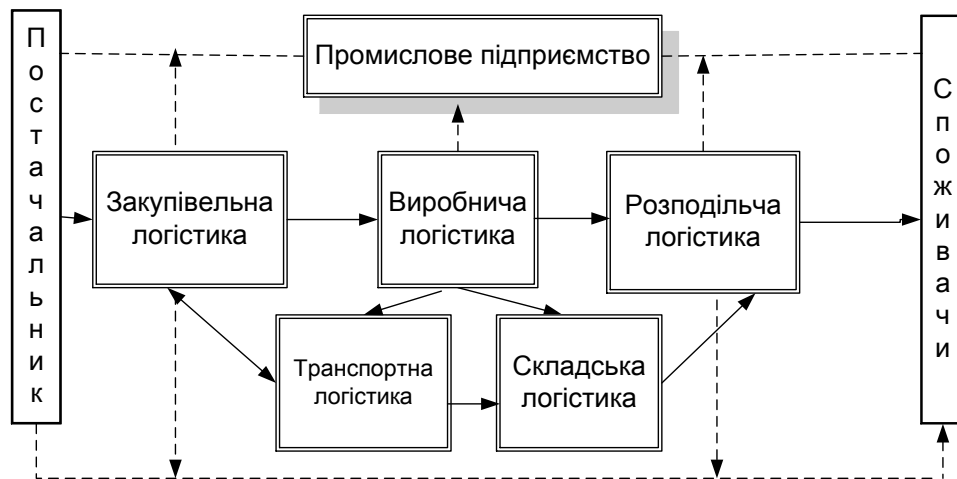


Рис. 1 Елементи логістичного ланцюга з виробництва продукції та її реалізації

Вибір оптимального варіанту як у постачальницькій, так й у збутовій логістиці зменшує собівартість одиниці продукції, тому можна дозволити знизити ціну на продукцію, яка реалізується на різних ринках, виходячи з їхньої кон'юнктури, що дозволить підвищити конкурентоспроможність продукції.

У постачальницькій логістиці є визначальним фактором рівень цін на сировину й матеріали та вартість перевезення. У збутовій – ціна товару, канали збуту, рівень знижок з ціни при непрямих поставках товару, а також вартість витрат підприємства на зберігання та просування товару.

Розглянемо напрямки логістики на сучасному машинобудівному підприємстві, відповідно до яких визначатиметься логістичний фактор конкурентоспроможності. Для кожного напрямку логістики обрано найважливіші критерії оцінки. Так, при оцінці закупівельної логістики, найважливішими, на наш погляд, критеріями є ціна матеріалу та ціна доставки цього матеріалу, враховуючи відстань (тариф×км). Слід відзначити, що ціна товару має вирішальне значення, тобто при закупівлі великого обсягу товару.

Розглянемо приклад вибору постачальника на основі розрахунку його рейтингу У табл. 1 наведено дані щодо кількісної оцінки показників, які розглядаються.

Критерієм вибору оптимального постачальника є мінімальна сума витрат на закупівлю та транспортування матеріалу. Як видно з табл. 1, таким постачальником є третій (ПЗ).

Таблиця 1 - Кількісна оцінка показників, які характеризують критерій вибору постачальника

Показник	П ₁	П ₂	П ₃
Ціна матеріалу, грн./кг	20	25	18
Відстань, км.	25	20	30
Тариф, грн./км	15	15	15
Витрати на транспортування, грн.	375	300	450
Сума витрат, грн.	20375	25300	18450

На основі даних табл.1 проведено оцінку критеріїв, які були обрані для вибору постачальника (П), за п'ятибальною шкалою (табл. 2.).

Таблиця 2 – Бальна оцінка постачальників за критеріями

Критерії вибору постачальника	Бальна оцінка постачальника		
	П ₁	П ₂	П ₃
Ціна матеріалу	4	3	5
Ціна транспортування (тариф×відстань)	4	5	3
Разом	-	-	-

Розрахунок рейтингу постачальників з урахуванням бальної оцінки наведено в табл. 3.

Таблиця 3 - Розрахунок рейтингу постачальників

Критерії вибору постачальника	Вага критерію	П ₁	П ₂	П ₃
Ціна матеріалу	0,7	2,8	2,1	3,5
Ціна транспортування (тариф×відстань)	0,3	1,2	1,5	0,9
Разом	1,0	4,0	3,6	4,4

Таким чином, як видно з табл. 3, найвищий рейтинг має третій постачальник, який пропонує матеріал за найнижчою ціною, незважаючи на найбільшу відстань. Така робота має проводитися по всій номенклатурі матеріалів, які використовуються на виробництві продукції, тому треба розраховувати середній рейтинг, до якого відносити його максимальне значення. У такому разі індекс логістичної конкурентоспроможності буде більшим за одиницю. Тому пропонується комплексний показник рівня конкурентоспроможності оцінюваного товару (Ікс) розраховувати як добуток групових індексів конкурентоспроможності товару з якості (Ія), ціни (Іц), нецінового (Ін) й логістичного (Ілог) факторів [4], що методично відрізняється від інтегрального індексу конкурентоспроможності товару, наведеного в [1, с. 275]:

$$I_{KC} = I_{Я} \cdot I_{Ц}^{\alpha} \cdot I_{Н} \cdot I_{log} \quad (2)$$

Аналізуючи вплив факторів формули (2) на конкурентоспроможність продукції можна стверджувати, що вони по-перше, якість та неціновий фактор впливають прямо пропорційно, а ціна й логістичний фактор – зворотно пропорційно; по-друге, кожний з перелічених факторів конкурентоспроможності продукції впливають на неї в різній мірі. У зв'язку з цим необхідно до формули (2) ввести вагові коефіцієнти, які встановлюються експертним шляхом і в сумі дорівнюють одиниці:

$$I_{KC} = \sum_{i=1}^4 R_i \times I_i, \quad (3)$$

де R_i – вагові коефіцієнти; $i = \overline{1,4}$.

Слід зазначити, що другий та четвертий індекс у формулі (4) мають бути у ступені мінус одиниця.

Результати дослідження. Підсумовуючи викладене вище, доходимо до висновку, що використання нецінового та логістичного підходу як факторів підвищення конкурентоспроможності передбачає, що рішення, прийняті відносно закупівлі, транспортування та зберігання продукції мають розглядатися також з боку їх впливу на формування витрат і прибутку підприємства.

Висновок. Пропонований підхід забезпечить більш точну оцінку рівня конкурентоспроможності вітчизняної продукції за допомогою обліку витрат, пов'язаних з рухом товарів. Робота в цьому напрямку є перспективною, особливо для продукції, що реалізується на зовнішньому ринку.

Список літератури: 1. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации: Практикум / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Маркет ДС, 2008. – 208 с. 2. Святненко В. Ю. Промисловий маркетинг / В. Ю. Святненко. – К.: МАУП, 2001. – 264 с. 3. Сікетіна Н. Г. Удосконалення методики оцінки конкурентоспроможності продукції / Н. Г. Сікетіна // Вісник НТУ «ХПІ» Серія «Технічний прогрес і ефективність виробництва» – 2008. – № 18. – С. 79–86. 4. Чекалина Э. П. Создание логистических систем на отечественных предприятиях – источник новых конкурентных преимуществ / Э. П. Чекалина, Н. Г. Сикетина // Вестник НТУ «ХПИ» – 2004. – № 27. – С. 119–122.

Подано до редакції 25.02.2011