

УДК 628.78.

Н.Г. СІКЕТІНА, асистент НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В статті дається визначення поняття логістичної конкурентоспроможності продукції та розглядаються критерії ефективності складових логістичної конкурентоспроможності продукції

В статье дается определение понятия логистической конкурентоспособности, рассматриваются критерии эффективности составляющих логистической конкурентоспособности

The article defines the concept of logistics competitiveness and performance criteria components of logistics competitiveness are considered

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, логістичний фактор конкурентоспроможності продукції.

Вступ. В ринкових умовах нові конкурентні переваги знаходяться не стільки у сфері виробництва товарів, скільки у сфері їх реалізації. Отримання певного прибутку від реалізації товару дає змогу підприємству використовувати інновації й підвищувати ефективність їхньої діяльності. При цьому зниження витрат на логістику ставить її одним з пріоритетних напрямків у діяльності підприємства. Отже виникає явище «логістичної конкурентоспроможності» продукції (товару).

Постановка завдання. Метою статті є визначення поняття «логістична конкурентоспроможність продукції», розгляд складових та критеріїв оцінки ефективності логістичних систем.

Методологія. Дослідження виконано з використанням системного підходу, економічного та логічного аналізу.

Результати дослідження. Пропонується вважати логістичною конкурентоспроможністю продукції сукупність дій щодо підвищення економічної ефективності закупівельної, транспортної, складської та розподільчої діяльності підприємства, що відбувається шляхом мінімізації витрат у цих сферах (рис.1). У зв'язку з цим розглянемо детальніше критерії оцінки ефективності логістичних систем. Пропонується

розраховувати груповий індекс логістичної конкурентоспроможності продукції таким чином:

$$I_{\log} = \sum_{i=1}^n I_i \times R = I_{\text{зак}} \times R_1 + I_{\text{трансп}} \times R_2 + I_{\text{склад}} \times R_3 + I_{\text{розп}} \times R_4$$

де I_i - одиничні індекси відповідно закупівельної, транспортної, складської та розподільчої логістичної конкурентоспроможності продукції;

R_i - відповідні вагові коефіцієнти (визначаються експертним шляхом).



Рис. – Формування логістичної конкурентоспроможності продукції

Більш наочно критерії ефективності складових логістичної конкурентоспроможності продукції наведено у табл. 1.

Таблиця – Критерії ефективності складових логістичної конкурентоспроможності продукції

Вид логістичного напрямку конкурентоспроможності продукції	Критерій досягнення	Формула для розрахунку
1. Закупівельна	$\sum_{i=1}^n (\alpha_i \times \beta_i) \rightarrow \max$	$I_{\text{закуп}} = \frac{R_{\max}}{R}$
2. Транспортна	$\sum_{i=1}^n (\alpha_i \times \beta_i) \rightarrow \min$	$I_{\text{трансп}} = \frac{\bar{R}}{R_{\max}}$
3. Складська	$X_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n V_i \times X_i}{\sum_{i=1}^n V_i}$ $Y_{\text{склад}} = \frac{\sum_{i=1}^n V_i \times Y_i}{\sum_{i=1}^n V_i}$ $XY \rightarrow \text{opt}$	$I_{\text{склад}} = \frac{XY_{\text{опт}}}{XY}$

4. Розподільча	-прямий канал збуту: знижка з ціни дорівнює нулю (C') -непрямий канал збуту: знижка з ціни (C)	$I_{розп} = \frac{V_C}{V_{C'}}$
----------------	---	---------------------------------

В табл1 використовуються такі умовні позначення: α_i – оцінка значення i – го фактора за п'ятибальною шкалою (найліпша оцінка – 1); β_i – питома вага i – го фактора; V_i - обсяг реалізації підприємства-виробника продукції i -му підприємству-споживачу; X_i, Y_i - координати i -го підприємства-споживача.

Для кожного напрямку логістики обрано найважливіші критерії оцінки. Так, при оцінці закупівельної логістики, найважливішими, на наш погляд, критеріями є ціна матеріалу та тариф на доставку матеріалу, враховуючи відстань. Для отримання рейтингу постачальників, з урахуванням оцінки критеріїв їхньої роботи, проводиться бальна оцінка, помножується на вагу відповідного критерію. Сума добутків вагових коефіцієнтів та величин критеріїв дає рейтинг постачальників, максимальне значення якого дозволяє вибрати серед конкурентів одного з них. Отже, найвищий рейтинг має постачальник, який пропонує матеріал за найнижчою ціною, незважаючи на найбільшу відстань від підприємства.

Для транспортної логістики пропонуємо обирати вид транспорту (залізничний, водний, автомобільний, трубопровідний, повітряний), за допомогою якого доставка вантажу буде найбільш ефективною за такими критеріями: час доставки; частота відправлення; надійність дотримання графіка доставки вантажу; здатність доставити вантаж у будь-яку точку території; вартість перевезень. Після нормування матриць парних порівнянь, визначимо ваги критеріїв та альтернатив: (як альтернативи виступають різні види транспорту, як критерії – фактори, що впливають на вибір виду транспорту). Для вибору виду транспорту використовуємо метод досягнення мінімуму суми добутку оцінки значення i -х факторів за п'ятибальною шкалою та їхніх питомих ваг.

Для рішення питання, яке стосується складської логістики у контексті її впливу на конкурентоспроможність продукції, використаємо метод визначення центра ваги. Цей метод використовується для визначення місця розташування одного розподільчого центру за межами підприємства-виробника продукції. На карту потенційних місць розташування складів накладається система мережі координат, яка дає можливість оцінити вартість доставки від підприємства-виробника до складу й від складу до

підприємства-споживача, а вибирають варіант, який визначається як центр маси. Знаходимо координати центру ваги вантажних потоків, тобто точки, навколо якої рекомендується, виходячи з вантажопотоків, організувати роботу розподільного складу поза межами підприємства-виробника. Далі знаходимо відстані від підприємства-виробника до місця розташування складу двома методами: методом середньоарифметичної й середньовзваженої на обсяг реалізації підприємства-виробника продукції i -м підприємствам-споживачам. Для визначення одиничного індексу складської конкурентоспроможності продукції побудуємо на графіку два трикутники з прямими кутами. Для цих трикутників розрахуємо гіпотенузи зі координатами катетів, які є розраховані раніше. Перший трикутник побудовано від початку координат (від місця знаходження підприємства-виробника) до місця розташування складу, знайденого методом середньої арифметичної. Другий – до місця розташування складу, розрахованої методом середньовзваженої на обсяг реалізації підприємства-виробника. Відстані від місця розташування складів до підприємства-виробника (як гіпотенузу трикутника) розраховуємо за допомогою теореми Піфагора. Одиничний індекс складської логістики як фактор конкурентоспроможності продукції дорівнює відношенню відстаней оптимального й середнього значеннь місць розташування складу відносно виробника.

Для визначення одиничного індексу розподільчої логістики як фактору конкурентоспроможності продукції необхідно вибрати її канал збуту, а також витрати на оренду та обслуговування складу готової продукції підприємства. Для реалізації продукції підприємства непрямым каналом збуту (за допомогою посередників) необхідно надавати знижки з ціни. У той же час, при використанні прямого каналу збуту підприємство має утримувати склад, що збільшить його витрати. Отже, обирається той канал збуту, при якому прибуток підприємства буде вищим.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, доходимо до висновку, що логістичну конкурентоспроможність продукції формують такі фактори: закупівлі, транспортування, зберігання та розподілу продукції (товару).

Список літератури: 1. Лебедев Н. Т. Логистика: теория гармонизированных цепей поставки / Н. Т. Лебедев – М.: Изд-во МГТУ им. Баумана, – 2005. – 448 с. 2. 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. 3. Сикетина Н. Г. Обґрунтування логістичного фактору конкурентоспроможності продукції

/ *Н. Г. Сікестіна* // Матеріали ІХ науково-практичної заочної конф. „Молода наука України: перспективи та пріоритети розвитку” (Київ, 22–24 грудня 2011 р.) – Київ, 2011. – С. 105–108.

Надійшло до редколегії 06.04.2012