

УДК 005.932

Пилипенко О. С.

Донбаський державний педагогічний університет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ТА ОПТИМІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглянуто теоретико-методологічні аспекти формування та оптимізації системи логістичного сервісу підприємств. Автор акцентує увагу на необхідності оптимізації об'ємів логістичного сервісу, а також організації системи його інформаційного забезпечення. Запропонована до впровадження чітка програма дій щодо організації ефективного сервісу.

Ключові слова: логістика, логістичні операції, логістичні послуги, логістичний сервіс, сервісне обслуговування, комерційні зв'язки, конкурентні переваги, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. В умовах ринку покупця, коли конкуренція між продавцями стає значно жорсткішою, все більшого значення набуває здатність окремого продавця забезпечити високий рівень сервісного обслуговування товарів. Сервісне обслуговування в окремих випадках стає рівнозначним і невід'ємним елементом конкурентоспроможності поряд із такими його складовими, як ціна та якість.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що політика підприємства щодо планування, управління, реалізації і комерціалізації логістичного сервісу заслуговує такої ж уваги, як і його основне виробництво. Більш того, логістичний сервіс може істотно впливати на процеси розробки та виробництва продукції, принципово змінювати співвідношення в боротьбі підприємств за конкурентні переваги.

Концепція логістичного сервісу формується на підставі об'єктивно заданих цілей і спрямована на створення необхідних умов для продовження життєвого циклу товару і підвищення віддачі його корисних властивостей. Вона виходить із основоположних принципів логістики і являє собою складовий елемент цілісної системи суспільно-корисної діяльності суб'єктів ринку.

За такого підходу характер функціонування сучасного виробництва оновлюється, переходячи на принципи виробничого логістичного сервісу. Підприємство спрямовує свою діяльність на те, щоб задовольнити ті чи інші запити клієнтів таким чином, щоб між ними були встановлені постійні зв'язки на ґрунті довіри і взаємовигоди.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний вклад у дослідження проблем логістичного менеджменту на підприємстві та формування ефективної системи логістичного сервісу внесли такі відомі зарубіжні вчені, як Е. Вогель, Е. Ворнер, Д. Кісінг, С. Ліндер, Р. Нельсон, М. Портер, Е. Хекшер та ін.

Вагомий внесок у розвиток логістичного менеджменту в Україні зробили О.А. Біловодська, А.Г. Кальченко, В.М. Кислий, Т.О. Колодизева, В.В. Кривеценко, Є.В. Крикавський, М.А. Окландер, К.М. Таньков, О.М. Тридід, Н.І. Чухрай та ін. [1–4; 6; 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на досить істотний обсяг доробок із питань логістичної діяльності підприємств, існує багато проблем, особливо щодо застосування ефективних інструментів забезпечення відповідного рівня сервісу логістичних операцій та методів його визначення. Це дуже важливо, оскільки останнім часом значно підвищився інтерес до теоретичного обґрунтування проблем розвитку міжнародної економічної діяльності

України, зокрема до обґрунтування теоретичних засад ефективного здійснення зовнішньоекономічних відносин в умовах ринкових трансформацій, розробки дієвого механізму здійснення торговельно-економічної політики на різних ієрархічних рівнях, а також до опрацювання конкретних принципів і правил ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними суб'єктами господарювання.

Мета статті полягає у визначенні теоретико-методологічних підходів до формування та оптимізації системи логістичного сервісу підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сервіс розглядається як певний механізм, що втілює послугу на користь споживачам. При цьому логістичний сервіс доцільно визначити як пропозицію різноманітних комбінацій логістичних послуг споживачам устаткування відповідно до існуючих способів його використання на протязі всього терміну експлуатації.

До логістичного сервісу відносять гарантійне обслуговування, забезпечення запасними частинами, прийняття зобов'язань щодо розгляду претензій клієнтів, забезпечення реверсивних матеріальних потоків, заміну продукції. Сьогодні доставка, монтаж, наладка, експлуатаційні витрати, інформаційне обслуговування і низка інших підсилюючих засобів складають значну, а подекуди й головну частину повної вартості продукції, що реалізується.

Основною проблемою, яку вирішує логістика в процесі надання послуг, є визначення оптимального співвідношення між витраченими на сервіс ресурсами і отриманим від цього ефектом. Надання максимально можливого обсягу сервісу, який забезпечив би, з одного боку, більшу конкурентоспроможність товарів, може сприяти зниженню загальної конкурентоспроможності фірми, а з іншого – бути економічно не вигідним. Саме тому повне сервісне забезпечення товарів зустрічається на практиці вкрай рідко [5].

Основні завдання логістичного сервісу передбачають:

- консультацію потенційних покупців стосовно придбання виробів, що дає їм можливість зробити усвідомлений вибір;
- підготовку покупця до найбільш ефективної та безпечної експлуатації виробу;
- забезпечення повної готовності виробу до експлуатації протягом терміну його перебування у споживача;
- оперативне постачання запасних частин та утримання для цього необхідної матеріально-технічної бази, контакт із виробниками запасних частин;
- формування постійної клієнтури на ринку послуг.

Наявність великої кількості сфер логістики визначає значну різноманітність видів логістичного сервісу. Процес формування системи логістичного сервісу включає в себе таку послідовність дій:

1. Сегментація споживчого ринку, його поділ на групи споживачів відповідно до набору послуг, яким віддають перевагу споживачі.

2. Визначення переліку найбільш значимих для споживача послуг.

3. Ранжування послуг вибраного переліку, доцільність зосередження зусиль на найбільш значимих послугах.

4. Визначення стандартів послуг у розрізі окремого сегмента ринку.

5. Оцінка послуг, що надаються; встановлення взаємозв'язку між рівнем сервісу і вартістю послуг; визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

6. Побудова системи зворотного зв'язку з покупцем для забезпечення відповідності потреб споживача рівню послуг, що надаються [4].

Під час організації сервісу, виходячи із можливостей, а також цілей замовників і підприємства-виробника, останнім упроваджуються різні форми сервісного обслуговування: служба сервісу підприємства-виробника, служба сервісу об'єднання підприємств-виробників за окремими видами систем, вузлів, технологічних ліній, складного комплектного устаткування, спеціалізовані сервісні організації, які обслуговують клієнтів на основі договору з підприємством-виробником, сервісні послуги дилерів, що здійснюють продаж певних видів устаткування.

Структура сервісу на підприємстві зазвичай формується з центральної служби і периферійного апарату, максимально наближеного до місць експлуатації устаткування.

Реалізація логістичного сервісу супроводжується великим потоком технічної та комерційної інформації, що стосується експлуатації устаткування та поведінки споживачів. Для забезпечення виконання завдань, що поставлені в ході стратегічного і оперативного планування сервісу, необхідно отримувати та опрацьовувати інформацію від інших підрозділів підприємства. На рис. 1 наведено схему інформаційної мережі, що формується в процесі діяльності підприємства у сфері логістичного сервісу.

Визначення рівня логістичного сервісу є важливим із позиції можливої оптимізації прибутку, оскільки тільки одне значення рівня сервісу дає можливість отримувати максимальний прибуток. У цьому контексті надання як повного комплексу послуг, так і незначної його частини є економічно не вигідним. Виходячи з цього, показник рівня логістичного сервісу є відносним показником, який виражається у відсотках від всього можливого сервісу, який може бути наданий по окремій товарній позиції [3].

Проблема оптимізації об'єму логістичного сервісу полягає у визначенні кількості та рівня надання послуг, за якого витрати щодо надання та обслуговування цих послуг будуть мінімальними. Незважаючи на наявність значної кількості інструментів відповідного рівня сервісу логістичних операцій та методів його визначення, ми не можемо отримати максимально точні дані про рівень сервісу в тій чи іншій організації, що пояснюється низкою особливостей логістичного сервісу порівняно з продуктовими характеристиками, зокрема:

– невідчутність сервісу – постачальникам сервісу важко пояснити, що саме вони пропонують

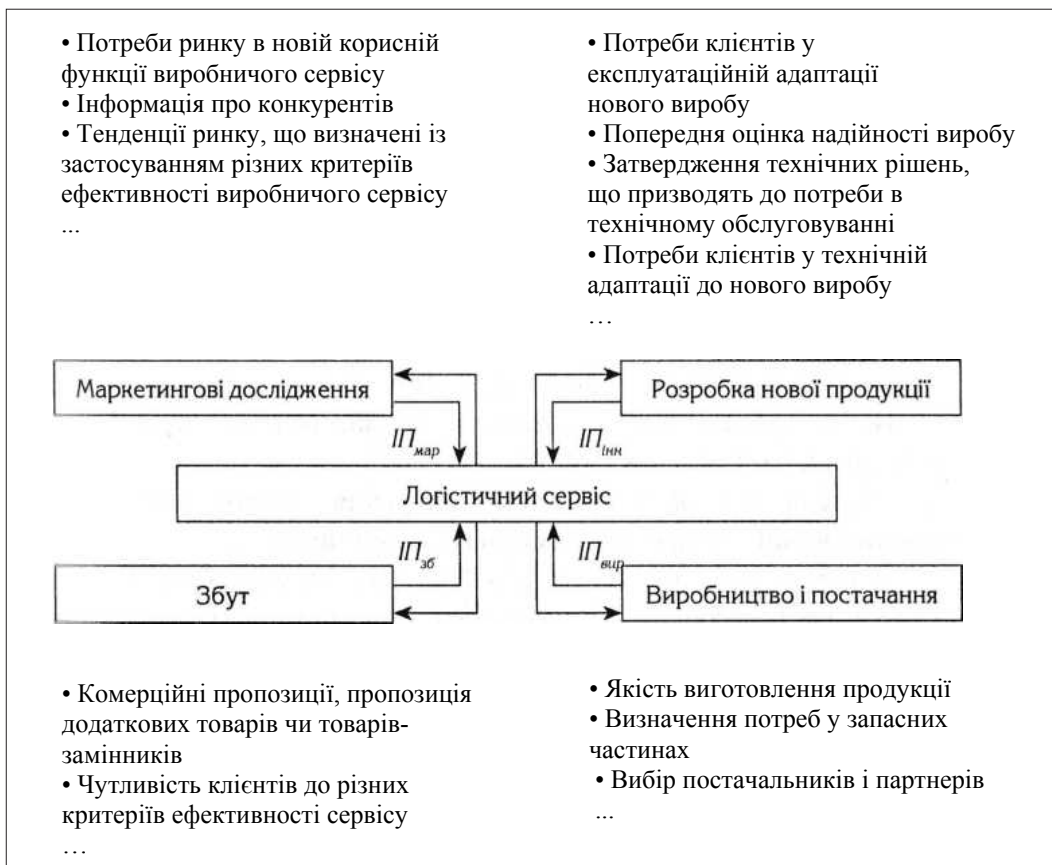


Рис. 1. Схема інформаційної мережі

покупцям, до моменту покупки, так само як і покупцям важко оцінити рівень сервісу;

– покупець часто приймає безпосередньо участь у виробництві послуг, у деяких випадках виробництво послуг неможливо без покупця;

– час і місце виробництва послуг співпадають із часом і місцем споживання послуги, відповідно, вони не можуть транспортуватися і складуватися;

– покупець ніколи не стає власником самої послуги – тільки її результатом;

– сервіс – це діяльність, яку неможливо спожити до моменту виробництва і купівлі [2].

Для оцінки якості логістичного обслуговування застосовуються такі критерії:

1. Гнучкість постачання, що характеризує міру задоволення побажань клієнта про зміну первинних умов постачання без порушення узгодженого терміну виконання замовлення.

2. Надійність постачання, що визначає здатність постачальника дотримувати обумовлені договором терміни виконання замовлення.

3. Тривалість виконання замовлення, що характеризує календарний період з моменту отримання замовлення до постачання партії товарів споживачеві.

Висновки. Необхідно акцентувати, що в основі менеджменту логістичного сервісу є інтеграційні та диференційні підходи, які визначаються специфікою діяльності підприємства [7].

За інтеграційного підходу підприємство посилює інтеграцію функцій сервісу в рамках своєї загальної організації. За таких умов на логістичний сервіс переносяться підходи до взаємодії логістики з іншими функціональними підрозділами підприємства.

Такий підхід характерний для підприємств, що застосовують нововведення у широких масштабах. При цьому існує інтеграція на технологічному рівні. Інтеграція післяпродажного сервісу сприймається як засіб виробництва послуг високої якості. Для нього характерні високогнучкість, здатність забезпечити потік прямої та постійної інформації між клієнтом і підприємством. Це допомагає швидко змінювати характер виробленої

продукції та отримувати прибутки із переваг, що дає технологічне оновлення. Такий підхід до організації виробничого логістичного сервісу вимагає від підприємства постійної зміни характеру послуг, що надаються з метою збереження своїх переваг у конкурентній боротьбі.

У процесі розвитку ринкових відносин усе більше ускладнюються продукція та методи її реалізації. Системи опрацювання замовлень, доставки і логістичного сервісу в різних сегментах ринку можуть значно відрізнитися як за вимогами, так і за визначеними параметрами. Пропонуємо до впровадження на підприємствах чітку програму дій щодо організації ефективного сервісу, яка забезпечить поетапне послідовне вирішення комплексу таких завдань:

– вже на початковому етапі впровадження програми сервісу наділення логістики контрольними функціями з планування і здійснення відповідних робіт і операцій;

– відповідне навчання кадрів, підготовка персоналу, налагоджування системи постійного підвищення кваліфікації;

– поступове наділення логістичної служби всіма повноваженнями і відповідальністю щодо управління сервісною функцією та регулювання суміжних функцій на підприємстві;

– прискорене впровадження необхідних елементів автоматизації, які поєднують усі складові частини сервісу в єдину систему.

У межах інтегрованого управління продукцією виробничий логістичний сервіс знаходиться в інформаційній мережі і пов'язаний з іншими функціями: маркетингом, науковими дослідженнями, виробництвом, постачанням і збутом.

Диференційована функція, як правило, проявляється у створенні відповідних філій (регіональних сервісних центрів), яке дає підприємствам можливість сконцентрувати засоби матеріально-технічного забезпечення і відповідним чином управляти трудовими ресурсами. Це забезпечує зниження витрат і збільшення продуктивності післяпродажного обслуговування.

Список літератури:

1. Кальченко А.Г., Кривещенко В.В. Логістика : [навч. посіб.] / А.Г. Кальченко, В.В. Кривещенко ; 2-ге вид. – Київ : КНЕУ, 2008. – 472 с.
2. Логістика: Теорія та практика : [навч. посіб.] / В.М. Кислий [та ін.]. – К. : ЦУЛ, 2010. – 360 с.
3. Крикавський С. Логістичне управління : [підручник] / С. Крикавський. – Львів : Львівська політехніка, 2005. – 684 с.
4. Окландер М.А. Логістична система підприємства : [монографія] / М.А. Окландер. – Одеса : Астропринт, 2004. – 2004. – 309 с.
5. Сивак Р.Б. Управління ланцюгами створення цінності продукту: логістичний підхід : дис. ... к.е.н. : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Р.Б. Сивак. – Тернопіль, 2008. – 187 с.
6. Смирчинський В.В. Модель моніторингу ринкового потенціалу регіональних торгово-посередницьких структур / В.В. Смирчинський // Вісник ТАНГ. – 1999. – № 5.
7. Тридід О.М., Таньков К.М. Логістичний менеджмент : [навч. посіб.] / За ред. проф., д-ра екон. наук О.М. Тридіда. – Х. : ІНЖЕК, 2005. – 224 с.

Пилипенко Е. С.

Донбасский государственный педагогический университет

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ И ОПТИМИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО СЕРВИСА ПРЕДПРИЯТИЙ

Резюме

В статье рассмотрены теоретико-методологические аспекты формирования и оптимизации системы логистического сервиса на предприятиях. Автор акцентирует внимание на необходимости оптимизации объемов оказания логистических услуг, а также организации системы информационного обеспечения логистического сервиса. Предложена четкая программа организации эффективной работы сервисных центров.

Ключевые слова: логистика, логистические операции, логистические услуги, логистический сервис, сервисное обслуживание, коммерческие связи, конкурентные преимущества, конкурентоспособность.

Pilipenko O. S.

Donbas State Pedagogical University

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACHES CONCERNING FORMATION AND OPTIMIZATION OF SYSTEM OF ENTERPRISES LOGISTIC SERVICE

Summary

In the article there are viewed the theoretical and methodological approaches of the formation and optimization of the system of the logistic service of enterprises. The author pays great attention to the need of optimization of the logistic services' value and the organization of the system of logistic service's informational provision. It is proposed to implement the clear program concerning organizing the effective work of service center.

Key words: logistics, logistic operations, logistic services, logistic service, support service, commercial ties, competitive advantages, competitiveness.

УДК 658.15:330.111(045)

Повержук У.-Ю. М.

Буковинський державний фінансово-економічний університет

ДОСЛІДЖЕННЯ НАУКОВО-МЕТОДИЧНИХ ФОРМ ТА ПІДХОДІВ ДО ОЦІНКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Статтю присвячено дослідженню існуючих форм, підходів до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства та методів, що можуть бути використані для їх аналізу. Розглянуто думки науковців щодо можливих показників оцінки фінансово-економічного потенціалу. Досліджено механізм рейтингової оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства. Наголошено на важливості побудови інтегрального показника фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Ключові слова: потенціал підприємства, економічний потенціал, фінансовий потенціал, фінансово-економічний потенціал, методика, форми, підходи до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Постановка проблеми. Фінансово-економічний потенціал є системним поняттям, що містить фінансову складову економічного потенціалу. Категорія фінансово-економічного потенціалу почала досліджуватись науковцями порівняно недавно, внаслідок чого науковцями не надано достатньо уваги проблематиці розвитку методики оцінки та виділення науково-методичних підходів та форм фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблематики науково-методичних підходів та форм оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства займалися такі автори, як Б.В. Артем'єв, Б.Є. Бачевський, О.І. Гопкало, О.М. Денисюк, Т.М. Кібук, Г.С. Макарова, Р.О. Толпежников, В.В. Турчак, О.С. Федонін, А. Ющенко, які у своїх роботах відобразили наявність значного інструментарію, що може бути застосований для оцінки потенціалу підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Науковцями досі не сформовано єдиних науково-методологічних підходів до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємства.

Мета статті полягає у дослідженні існуючих науково-методичних підходів учених до оцінки потенціалу, що дасть змогу сформулювати основні напрями розробки загальної методики оцінки фінансово-економічного потенціалу та допоможе підприємствам ефективно здійснювати управління наявними фінансовими ресурсами.

Виклад основного матеріалу дослідження. У ринковій економіці основними способами нарощення фінансово-економічного потенціалу господарюючих суб'єктів розглядаються прибуток і ринок капіталу. Прибуток виступає найбільш

швидким джерелом, проте має багато напрямів використання. Водночас підприємству необхідно враховувати те, що мобілізація коштів на ринку капіталу є довготривалим процесом та складним за реалізацією.

Підприємству необхідно розглядати можливості розширення наявних джерел залучення фінансових ресурсів, оскільки вони виступають основною базою для реалізації підприємством власного фінансово-економічного потенціалу.

Формування методичних підходів до оцінки фінансово-економічного потенціалу підприємств створює нові можливості для розуміння підприємствами механізму та факторів, що впливають на результативний показник, а також дасть їм змогу забезпечити реалізацію наявного та планування майбутнього фінансово-економічного потенціалу в сучасних умовах господарювання.

Науковцями було сформовано основні форми оцінки потенціалу, що являють собою способи організації, змісту і загальні результати його оцінки. Зокрема, О.М. Денисюк [5, с. 14] та Г.С. Макарова [9, с. 91] залежно від виокремлюваних складників потенціалу, спрямованості його використання і нарощування вирізняють ресурсну (зорієнтовану на оптимізацію структури) і результативну (спрямовану на ефективність використання) форми оцінки. О.І. Гопкало [4, с. 35] у підходах до оцінки потенціалу підприємства за ознаками та методами поряд із ресурсним та результативним додатково виділяє ресурсно-функціональний та ресурсно-цільовий напрями.

О.М. Денисюк [5, с. 14] та Г.С. Макарова [9, с. 91] відзначають, що ресурсна форма, зорієнтована на визначення економічного потенціалу підприємства як сукупності виробничих ресурсів,