

УДК 65.01

В.В. Лифар

Запорізький державний технічний університет

КОМЕРЦІЙНА ЛОГІСТИКА ТА МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

© Лифар В.В., 2001

Розглянуто основні аспекти комерційної логістики, особливості створення логістичної системи на промисловому підприємстві, а також методи обліку сукупних логістичних витрат.

The author of this article shows the main aspects of commercial logistics, describes the peculiarities of logistical system creation on the industrial enterprises and the calculation methods of general logistical costs.

Логістика – це новий науково-практичний напрям господарювання, який відкриває широкі можливості і перспективи для підвищення ефективності та конкурентоспроможності вітчизняних підприємств. Як показують дослідження, логістика вимагає подальшого вивчення з теоретичної та практичної точок зору, враховуючи проблеми і специфіку національної економіки.

В теоретичному аспекті необхідно чітко розрізняти такі поняття як логістичний ланцюг, логістичний канал, логістична мережа; групувати логістичні операції за видами логістичних витрат; формулювати концепції будування логістичних систем.

Що стосується практики, то у зв'язку з переходом світової економіки від ринку виробника до ринку покупця підприємства більш уваги почали приділяти збуту продукції та завойовуванню стійкого положення на ринку за рахунок створення переваг в конкурентній боротьбі. Це пов'язано з тим, що на підприємствах більшості розвинутих країн можливості зниження собівартості і відповідно збільшення прибутків за рахунок раціоналізації виробництва вичерпуються. Тому керівники підприємств концентрують свою увагу на можливості оптимізації логістичних витрат в підсистемах збуту і матеріально-технічного постачання. Вітчизняні підприємства опинилися зараз в дещо іншому становищі: можливості і резерви для раціоналізації виробничих логістичних процесів в них ще надто великі. Слід також відзначити, що витрати, які виникають в сфері постачання і розподілу, дуже великі і в деяких випадках зрівнянні з витратами у виробничій сфері. Проте для створення виробничої логістичної системи (ЛС) на підприємствах України потрібно буде значно більше коштів, ніж для створення ЛС в сферах постачання і збуту, а економія коштів, яку отримують у результаті функціонування такої ЛС, буде не меншою.

Логістична організація збуту є однією з найважливіших сторін діяльності підприємства і початком створення ефективних спеціалізованих систем, які забезпечують єдність часу і місця для готової продукції та її потенціального споживача.

Створення споживача для підприємства пов'язано зі ступенем задоволення споживчого попиту в товарах кожного виду номенклатури за показниками обсягів і якості продукції, яка постачається, часу і місця поставок протягом тривалого періоду. Якщо таке становище підприємством досягнуто, то можна вважати, що його діяльність є стійкою. Крім

того, для успішного виживання на ринку в умовах конкуренції, яка загострилася, підприємство повинно бути гнучким і динамічним, що можливо при використанні методів і концепцій комерційної логістики.

Новизна концепції логістичного підходу до управління промисловими системами полягає у всебічному і комплексному вирішенні питань просування матеріальних ресурсів в процесі виробництва і споживання. Логістична система охоплює і узгоджує процеси виробництва, закупівель та розподілу продукції, а також є основою при стратегічному плануванні і прогнозуванні. Прийняття концепції логістики потребує комплексного підходу до управління системою каналів, через які надходять на підприємство та йдуть із нього всі матеріальні елементи.

Розглядаючи конкретне промислове підприємство з позиції впровадження логістичного підходу до управління, перш за все слід звернути увагу на можливість створення логістичної системи, яка охоплює сфери постачання і збуту. Для організації такої ЛС на підприємстві будуть потрібні не тільки фінансові кошти, але й зміна образу мислення керівників в плані комплексного підходу до вирішення питань просування матеріальних ресурсів.

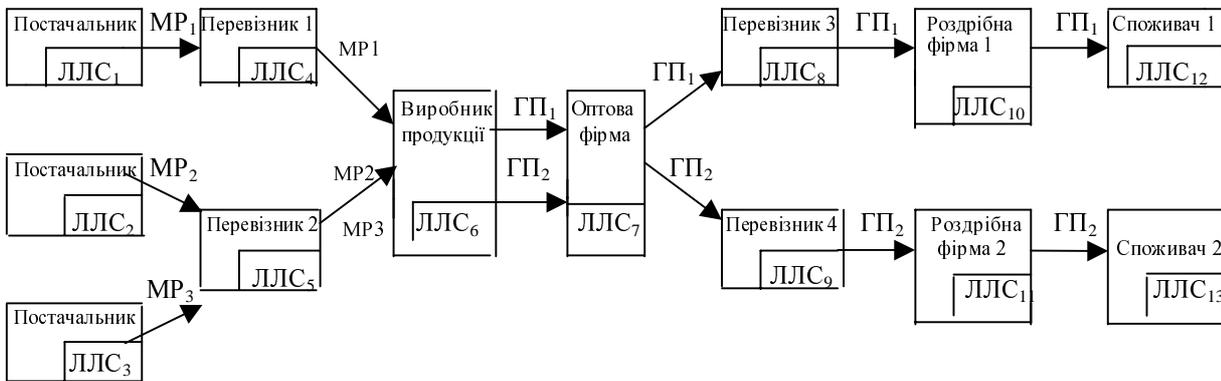
На практиці традиційні цілі логістики часто вступають у конфлікт з цілями інших підрозділів. Наприклад, органи матеріально-технічного забезпечення не зацікавлені в скороченні витрат на утримання запасів і їх кількості, щоб не було перебоїв у виробництві, а скорочення запасів готової продукції не завжди зручно для відділів реалізації, оскільки можуть виникнути збитки продажу через відсутність продукції.

Підхід до організації закупівлі і розподілу, що склався на вітчизняних підприємствах (традиційно ці сфери функціонують ізольовано), є причиною неузгодження дій, високих витрат і веде до розбалансованості в системі через прагнення досягти приватних цілей окремими підсистемами.

У ринковій економіці на цей час центральне місце займає логістика, обумовлена процесами купівлі-продажу, або так звана комерційна логістика, об'єктом вивчення і управління якої є матеріальні та відповідні до них інформаційні і фінансові потоки в сфері обігу. Якісний склад матеріального потоку із просуванням логістичним ланцюгом змінюється: між постачальником і виробником просувається продукція виробничо-технічного призначення, а у кінці ланцюга матеріальний потік становлять різноманітні, готові до споживання товари. Незважаючи на те, що матеріальний потік рухається логістичним ланцюгом від постачальника (початковий пункт) до споживача (кінцевий пункт), організацію виробництва, а також склад матеріальних потоків необхідно планувати відповідно до попиту на споживчому ринку. Це означає, що всі параметри виробництва треба розраховувати ніби в зворотному напрямку. Термін споживання визначає час монтажу виробу, виготовлення тієї чи іншої деталі, поставки сировини і матеріалів. Підприємство повинно мати в запасах не більше, але й не менше того, що потрібно на поточну потребу ринку. В цьому випадку значну роль буде відігравати інформаційна логістика, або просування інформаційних потоків. Щоби забезпечити ефективність функціонування логістичної системи і по можливості виключити незаплановані зупинки виробництва, інформаційний потік завжди повинен випереджати потік матеріальний.

Матеріальні, інформаційні та фінансові потоки пов'язані з певними логістичними операціями і створюють багато логістичних ланцюгів, композиція яких становить логістич-

ну мережу (див. рис.). Отже, логістична мережа – це певна кількість ланок логістичної системи, які пов’язані між собою матеріальними і супутніми до них інформаційними та фінансовими потоками у межах досліджуваної логістичної системи. Поняття логістичної мережі не тотожно поняттю логістичної системи, яке є більш широким, тому що припускає наявність вищого логістичного менеджменту, який реалізує цільову функцію системи.



Логістична мережа: ЛЛС₁, ЛЛС₂, ..., ЛЛС₁₃ – ланки логістичної системи;
МР₁, МР₂, МР₃ – матеріальні ресурси; ГП₁, ГП₂ – готова продукція

Постачальник і споживач матеріального потоку пов’язані між собою так званим логістичним каналом, який являє собою упорядковану кількість ланок логістичної системи, яка містить всі логістичні ланцюги або їх ділянки, які проводять матеріальні потоки від постачальників матеріальних ресурсів, необхідних для виготовлення конкретного виду продукції, до її кінцевих споживачів. Логістичні канали можна поділити на канали в сфері постачання та збуту. Наприклад, прийняття рішення про реалізацію продукції через оптову фірму *i*, таким чином, відмова від безпосередньої роботи із споживачем, є вибором логістичного каналу в сфері розподілу. Вибір же конкретної оптової фірми, конкретного перевізника, конкретного страхувальника і так далі – це вибір логістичного ланцюга. Ланцюгів в припустимому каналі може бути декілька.

Як видно з рисунка, в розподільчому логістичному каналі можна виділити два логістичних ланцюга: 1) ЛЛС₆ → ЛЛС₇ → ЛЛС₈ → ЛЛС₁₀ → ЛЛС₁₂;

2) ЛЛС₆ → ЛЛС₇ → ЛЛС₉ → ЛЛС₁₁ → ЛЛС₁₃

Що стосується сфери постачання, то тут вибрано логістичний канал з прямими зв’язками, який не містить будь-яких оптово-посередницьких фірм. У даному каналі можна виділити три логістичних ланцюги: 1) ЛЛС₁ → ЛЛС₄ → ЛЛС₆;

2) ЛЛС₂ → ЛЛС₅ → ЛЛС₆;

3) ЛЛС₃ → ЛЛС₅ → ЛЛС₆.

З позицій інтегрованої логістики важливими є так звані повні логістичні ланцюги, які становлять лінійно упорядковану кількість ланок логістичної системи від постачальника матеріальних ресурсів до кінцевого споживача готової продукції. Якщо припустити, що при виготовленні ГП₁ використовуються тільки МР₁, то послідовність

(ЛЛС₁ → ЛЛС₄ → ЛЛС₆ → ЛЛС₇ → ЛЛС₈ → ЛЛС₁₀ → ЛЛС₁₂)

становить повний логістичний ланцюг. У тому випадку, якщо поряд з МР₁ також використовуються МР₂ і МР₃ для виробництва ГП₁, то повний логістичний ланцюг

перетворюється на логістичний канал, куди додатково включаються ланки в сфері постачання: ЛЛС₂, ЛЛС₃, ЛЛС₅.

Очевидно, що в реальних організаціях бізнесу повні логістичні ланцюги зустрічаються досить рідко, зважаючи на велику кількість логістичних посередників, багатоасортиментність матеріальних ресурсів, які використовуються при виробництві сучасних товарів, і розгалужені розподільчі мережі. Тому концепцію загальних витрат зазвичай пов'язують з поняттям логістичного каналу.

ЛС, яка інтегрує систему постачання і збуту, має на меті максимальну ефективність роботи всього підприємства, а не окремих підрозділів. Іншими словами, ЛС спрямована на загальний результат, якщо це навіть шкодить діяльності окремих підрозділів підприємства.

Мета ЛС –забезпечення постачання готової продукції: точно в час; точно в потрібне місце; точно заказаної номенклатури і асортименту; точно відповідної кількісним і якісним показникам. Для реалізації мети ЛС вирішують такі завдання:

- 1) оптимізація запасів на кожній стадії ЛС;
- 2) оптимізація часу просування матеріальних та інформаційних потоків ЛС;
- 3) оптимізація загальних витрат під час організації і просування матеріальних та потоків ЛС.

Що стосується оптимізації запасів, то в даному випадку дуже важливо розмежовувати запаси, які мають “незалежний попит” (independent demand inventory), від запасів із “залежним попитом” (dependent demand inventory). Для виробів, які мають “незалежний попит”, на основі результатів ABC та XYZ аналізу визначають вид системи управління запасами: з фіксованим розміром заказу (економічно оптимальний), з фіксованим інтервалом часу між заказами, система максимум-мінімум. Для виробів, які характеризуються “залежним попитом”, використовуються в сфері постачання системи “планування потреби в матеріалах” (material requirements planning, MRP I/ MRP II), а в сфері розподілу – системи “планування розподілу продукції” (distribution requirements planning, DRP I/DRP II). Тоді можна використовувати концепцію “точно в час” (just-in- time, JIT), яка спрямована на мінімізацію рівня запасів і оптимізацію часу просування матеріалів.

Для ефективного функціонування ЛС потрібен комплексний аналіз її елементів і відповідних витрат, щоби вибрати оптимальний варіант, що б дозволило знизити витрати загалом. Слід відзначити, що існуюча система бухгалтерського обліку не пристосована для виділення й контролю складових логістичних витрат та оцінки фінансових результатів логістичних операцій. Часто вона включає витрати, які пов'язані з логістикою, в інші елементи витрат. Наприклад, реальні витрати на обробку заказів можуть бути невідомі, тому що вони часто включаються у витрати інших функціональних областей і їх досить складно об'єднати. Може бути так, що одні компоненти витрат, наприклад надходження заказу і його підбір, відомі, а інші, наприклад перевірка кредиту та оформлення рахунків-фактур, – невідомі. Ці витрати можуть бути відомі у сукупності, але не за типом споживача або за каналом маркетингу. Облік сукупних логістичних витрат вимагає їх чіткої класифікації відповідно до логістичних операцій, визначення складових кожного елемента логістичних витрат, зазначення джерела інформації і безпосередньо розрахунок. Множинність елементів сукупних логістичних витрат залежить від постадійності процесу переміщення продукції або товароруху. Витрати просування матеріалопотоку формуються у підприємства як на заготівельній стадії, так і на стадії розподілу. Для зручності підрахунку

логістичних витрат можна скласти таблицю, в першу графу якої записують елементи логістичних витрат, в другу – складові кожного елемента, в третю – джерело інформації, виходячи з фінансової звітності підприємства, а в четвертій проводиться безпосередньо розрахунок. Як групування логістичних витрат може бути запропонована така класифікація: вибір постачальника і оформлення замовлень; підтримка контактів з постачальниками; витрати на доставку сировини і матеріалів від постачальників; вантажно-розвантажувальні і транспортно-складські роботи; витрати на зберігання; витрати в запаси продукції; приведені одноразові витрати (на транспорті та на зберігання продукції); витрати на відправку готової продукції споживачеві; підтримка контактів з споживачами.

Облік логістичних витрат комерційної логістики можна проводити на основі складання матриці загальних витрат. Комерційна логістика в функціональному аспекті складається з заготівельної і розподільчої логістики. В ресурсному аспекті вона розпадається на матеріальну (транспортно-складську), інформаційну, фінансову і кадрову логістики, кожна з яких присутня як в заготівельній, так і в розподільчій стадії комерційної логістики. Згідно з цим формуються і логістичні витрати. Складові ресурсно-функціональних витрат детермінуються за логістичними операціями. Матриця загальних витрат комерційної логістики повинна бути збалансована, тобто визначення витрат як в функціональному, так і в ресурсному розрізі повинно давати ідентичний результат. Збалансованість матриці є свідченням того, що враховані і оцінені усі операції логістичного процесу для всієї номенклатури товарів.

УДК 339.138

Р.О. Мамчин, І.Я. Ковальська

Національний університет “Львівська політехніка”

ОСОБЛИВОСТІ КАНАЛІВ ДИСТРИБУЦІЇ НА РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

© Мамчин Р.О., Ковальська І.Я., 2001

Розглядаються особливості дистрибуційної політики підприємств, які спеціалізуються на випуску споживчих товарів. Особлива увага звертається на використання дистрибуційних каналів і аналізується іноземний досвід вибору каналів дистрибуції аналогічних підприємств і тенденції змін каналів дистрибуції, які можна спостерігати в окремих галузях товарів споживчого призначення.

Consider the peculiarities of distributive enterprises policy, which specialize on issue of consumer goods. Special attention treats on use of distributive channels and analyses foreign channels of distribution choice experience of analogic enterprises and distribution channels changes tendencies, which one can be observed in separate goods industries of consumer destination.

Дистрибуція є певною мірою фінішним комплексом у всій діяльності підприємства із створення, виробництва та доведення товарів до споживачів. Саме тут споживач або визнає, або не визнає всі зусилля підприємства корисними для себе і, відповідно, купує або не купує його продукцію чи послуги.