

Александровський А.О.,
НУХТ,
спеціальність «Менеджмент і адміністрування»,
спеціалізація «Логістика»

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕВІЗНИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВА

У статті досліджено суть та поняття конкурентоспроможності перевізних послуг та сформульовано концептуальні основи забезпечення конкурентоспроможності перевізних послуг підприємств.

В статье исследованы суть и понятие конкурентоспособности перевозочных услуг и сформулированы концептуальные основы обеспечения конкурентоспособности перевозочных услуг предприятий.

In article the essence and a concept of competitiveness of transportation services are researched and conceptual bases of providing competitiveness of transportation services of the entities are formulated.

Сучасний стан в економіці України серйозним чином вплинув як на обсяги перевізних послуг, так і на технологію технічної, вантажної і комерційної роботи перевізних послуг. Це породило необхідність вирішення питань раціоналізації технології і технічного оснащення всіх підрозділів, а також необхідність підвищення прибутковості і конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства.

Незважаючи на велику кількість досліджень і публікацій щодо конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства, ці питання все ще залишаються дискусійними. Зазначена проблема знайшла висвітлення у працях багатьох закордонних науковців, зокрема: Д. Бауерсокса, Дж. С. Джонсона, Д. Ф. Вуд, Д. Л. Вордлоу, П. Р. Мерфімол, Д. Уотерса, Майкла Р. Ліндерса, Харольда Е. Фірона, М. Крістофера, Г. Зоммерера, А. А. Колобова, Л. Б. Міротіна, В. І. Сергєєва, А.А. Смєхова, І. Е. Тишбаєва. Також над даною проблематикою працювали українські дослідники, зокрема О. Бурдяка, Є. Крикавський, К. Ковтун, Р. Ларіна, В. Ніколайчук, М. Окландер, Г. Плахута, Б. Плоткін, В. Смиричинський, О. Тридід та інші. Водночас значне коло питань, які стосуються економіко-математичного моделювання щодо визначення ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства.

Метою написання статті є дослідження інструментарію визначення ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства

Викладення основного матеріалу. Термін «логістика» трактується як вузькому, так і широкому розумінні. Автори праці [3], дають подвійне тлумачення логістики у широкому та вузькому значеннях. У вузькому розумінні

термін «логістика» пов'язаний з функціональним підходом до товароруху, тобто управлінням всіма фізичними операціями, котрі необхідно виконувати при доставці товарів від постачальника споживачу. Тобто, виходячи із вузького розуміння терміну «логістика», логістика – це «планування, управління та контроль матеріального потоку, що поступає на підприємство, обробляється там і залишає це підприємство, та відповідного йому інформаційного потоку».

У широкому розумінні термін «логістика» характеризується більш широким підходом: окрім управління операціями товароруху, логістика включає аналіз ринку постачальників та споживачів, координацію попиту та пропозицій на ринку товарів та послуг, а також гармонізацію інтересів учасників процесу товароруху [3].

Отже, логістика — це сучасна наука про раціональну організацію постачання, виробництва та реалізації. Завдяки логістиці можливе забезпечення доставки будь-яких товарно-матеріальних цінностей у найкоротші строки та з мінімальними трудовими, матеріальними та фінансовими витратами.

У боротьбі за частку ринку успіх кожного підприємства, що надає послуги з перевезення визначається його універсальністю, провізною і пропускнуою здатністю, рівнем технічної озброєності і якості комунікацій, вартістю перевезення, комфортністю, швидкістю і безпекою перевезень, досконалістю рухомого складу і його відповідністю категорії вантажу, культурою персоналу при обслуговуванні, рівнем інформатизації, наданням додаткових і нетрадиційних послуг і т.д [7, с. 66].

В умовах ринкової конкуренції вимоги клієнтів до підприємства, що надає послуги з перевезення не тільки зростають, але і принципово змінюються. Послуги з перевезення – це не просто перевезення вантажу як такого, а комплексне транспортне обслуговування, тобто процес послідовних, добре скоординованих операцій з урахуванням індивідуальних вимог клієнтів.

Під конкурентоспроможністю перевізних послуг підприємства можна визначити його здатність задовольняти платоспроможний попит клієнтів в перевезеннях певного обсягу і якості, що дозволить зайняти провідне місце на ринку перевізних послуг і отримати максимальний прибуток.

Конкурентоспроможність перевізних послуг підприємства визначається сукупністю тільки тих конкретних властивостей, які представляють безперечний інтерес для даного споживача і забезпечують задоволення даної потреби, а інші характеристики в увагу не приймаються. Більш того, перевізні послуги з більш високим рівнем якості можуть бути менш конкурентоздатними, якщо значно підвищити їх вартість за рахунок додавання нових властивостей, що не мають істотного інтересу для основної групи його споживачів.

Для оцінки конкурентоспроможності перевізних послуг велику роль грають зовнішні чинники, які визначають конкурентоспроможність галузі, а саме

– це потенціал ринку, легкість доступу, вигляд і якість товару, однорідність ринку, структура галузі і ін.

Проведемо аналіз факторів конкурентоспроможності перевізних послуг.

Волков В.П. [6] виділяє наступні фактори конкурентоспроможності перевізних послуг: якість, ціна транспортних послуг, імідж підприємства-виробника. При цьому розглядається зовнішнє середовище, але не відображається внутрішня діяльність перевізника.

В роботі Турчак В.В. [10] факторами перевізних послуг виступають їх якість та ціна. Увага акцентується на задоволенні потреб споживача, але не враховується внутрішня діяльність перевізника.

Горбенко О.В. [1] пропонує проводити оцінку конкурентоспроможності перевізних послуг за факторами, що залежать від виробників, властивостей продукції та споживачів. Увагу приділено як задоволенню потреб пасажирів, так і внутрішній діяльності перевізника, але не розглядається зовнішнє середовище.

Таким чином, на сьогоднішній день не встановлено фактори, що формують конкурентоспроможність перевізних послуг з урахуванням інтересів пасажирів та перевізників.

На нашу думку факторами, що формують конкурентоспроможність перевізних послуг підприємства є:

- вартість послуг,
- якість наданих послуг,
- час доставки вантажу,
- сучасність автотранспортного парку,
- надійність часу прибуття,
- ефективність діяльності,
- фінансова незалежність,
- досвід роботи,
- виробничі потужності,
- популярність.

Основоположне місце ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства є прийняття рішень по транспортуванню займає процедура вибору перевізника. Нерідко ця процедура покладається логістичним менеджером транспортно-експедиційному підприємству, з яким у вантажовласника маються постійні ділові взаємовідносини. При цьому експедиторів задаються конкретні характеристики вантажу, критерії й обмеження [11, с. 106].

Вартість послуг. Вартість — це суспільно необхідна праця, яку потрібно затратити на виготовлення продукту, послуги чи цінності. Таким чином, вартість визначається не індивідуальними затратами праці на виготовлення чого-небудь, а характерними для даного суспільства й способу виробництва.

Даний показник є одним з головних показників, по котрому більшість споживачів реалізовує свій вибір. Це, звичайно, зв'язане з тим, що в умовах твердої конкуренції кожне підприємство бажає мінімізувати свої витрати, щоб товар, що він запропонує споживачеві, міг конкурувати з другими подібними товарами.

Формула для розрахунку:

$$C = S * f, \quad (1)$$

де C – вартість перевезення, грн.;

S – відстань перевезення, км.;

f – ціна кілометра перевезення грн. / км [5, с. 228].

Якість наданих послуг. Якість послуг - це відповідність наданих послуг очікуваним або встановленим стандартам. Таким чином, стандарти, їхня реальна форма і зміст є критерієм якості обслуговування у готелі. Критерій оцінки якості наданої послуги для споживача - це ступінь його задоволення, тобто відповідність отриманого та очікуваного. Критерій ступені задоволення клієнта - це бажання повернутися ще раз і порадити це зробити своїм друзям і знайомим.

Даний показник, варто враховувати при вирішенні будь-яких питань зв'язаних з вибором тієї або іншої послуги, тому що стремління до невисоких цін дуже часто може повернутися серйозними втратами в якості і збитками, пов'язаними з оплатою неустойок. На теперішній день у світі більшість підприємств висувають на перше місце саме цей параметр, оскільки саме з якістю наданих послуг пов'язаний авторитет фірми у покупців. При виборі автотранспортної компанії якість послуг не може бути не враховано, тому що саме в процесі транспортування необхідно приділяти підвищену увагу до забезпечення збереження вантажу, його транспортних властивостей, цілісності упакування. У контрактах, як правило обговорюється також можливість пред'явлення претензії покупцем у випадку невідповідності якості зданого вантажу специфікації.

Формула для розрахунку:

$$K_{opt} = \frac{Q}{C} \quad (2)$$

де K_{opt} – економічно-оптимальна якість;

Q – якість послуги;

C – витрати на надання послуги, грн. [1, с. 124]

Час доставки вантажу. Цей критерій поряд з вартістю послуги майже завжди враховується покупцями при вирішенні питання про вибір перевізника. Це пов'язано з тим, що в більшості договорів проговорюються строки доставки товару, який варто чітко здійснити. Крім того, чимало вантажів мають лімітований термін зберігання. Тому продавець зобов'язаний прагнути до точно дотримання термінів доставки з метою запобігання збитків і можливих конфліктів з покупцем.

Формула для розрахунку:

$$ts = \frac{L_3}{V_3} + \frac{L_0}{V_0} \quad (3)$$

де ts – час доставки автомобіля, год.;

L_3 – відстань доставки в звичайному режимі, км.;

L_0 – шлях на якому автомобіль рухається з обмеженою швидкістю, км.;

V_3 – швидкість автомобіля в звичайному режимі, км/год.;

V_0 – швидкість на ділянках з обмеженнями, км/год.

Сучасність автотранспортного парку. Цей показник не постійно береться до уваги покупцями, але з нашого судження сучасність автотранспортного парку відіграє далеко не останню роль у забезпеченні доставки вантажу в відповідному стані в зазначений строк. Можна говорити про те, що часто саме застаріле обладнання на автомобілях, а також сам автотранспортний парк, що експлуатується дуже тривалий період, можуть стати причиною аварій, а значить псування або втрати вантажу. Хоча для автомобілів, як і для будь-якої іншої техніки існують визначені встановлені норми за часом їхньої експлуатації, будемо вважати, що чим старші автомобілі компанії, тим менш приваблива ця компанія для товариства.

Формула для розрахунку:

$$B = \frac{\sum_{p=1}^P B_p}{p} \quad (4)$$

де B_p – вік p -ого автомобіля, років;

P – кількість автомобілів в компанії, шт [6, с. 132].

Надійність часу прибуття. Даний показник, що характеризує підприємство з погляду реалізації строків доставки. Мінімальні строки доставки, що будуть визначені за часом рейсу, ще не є запорукою того, що вони будуть виконані. Тому доцільно звернути увагу і на надійність часу прибуття. Вибір цього критерію зв'язаний також із тим, що в контрактах купівлі-продажу закладений штраф у розмірі 0,3 % вартості невідвантаженого вантажу за кожний день прострочення, що буде зобов'язаний виплатити продавець покупцю.

Надійність часу прибуття розраховується за бальною оцінкою серед конкурентів та помножується на вагу даного критерію при виборі перевізника. Найбільш надійним перевізником є перевізник з найвищим балом надійності часу прибуття.

Ефективність діяльності. Цей показник не має видимого відношення до укладання угоди перевезення і вимогам, висунутим покупцем до перевізника, однак він впливає на ухвалення рішення і цей вплив достатній потужний. Ці висновки пов'язані з тим, що висока ефективність діяльності підприємства для споживачів, її послуг, може стати додатковим стимулом для вибору саме цього підприємства. Споживачі схильються до вибору тієї компанії, що більш ефективно працює, у той час як низький рівень цього показника змусить менеджерів задуматися над тим, чому дана компанія не підвищує ефективність

своєї роботи і чи варто довіряти компанії, що не занадто добре організувала свою діяльність.

Формула для розрахунку:

$$P = \frac{D-R}{R} * 100\% \quad (5)$$

де P – рентабельність компанії, %;

D – доходи підприємства від діяльності, тис. грн.;

R – витрати підприємства на діяльність, тис. грн. [11, с. 113].

Фінансова незалежність. Даний критерій визначає залежність підприємства від зовнішніх зобов'язань. Він теж не створює прямого впливу на здійснення перевезення, але звертає на себе увагу покупця, тому що чим більше боргів у підприємства, тим вищий ризик неплатоспроможності. Компанія, що є фінансово залежною в більшому ступені, ніж інші, викликає меншу довіру споживача. Фінансова незалежність говорить про можливість стабільної роботи компанії в різних кризових ситуаціях, коли необхідно погашати кредити.

Формула для розрахунку:

$$\text{Кавт} = \frac{\text{КЗ}}{\text{ВК}} \quad (6)$$

де Кавт – коефіцієнт автономії підприємства, разів;

КЗ – кредиторська заборгованість, тис. грн.;

ВК – власні кошти підприємства, тис. грн. [8, с. 305].

Досвід роботи. Цей показник є неоднозначним, тому що наявність досвіду не завжди підтверджує кращу діяльність підприємства, молоді багатообіцяючі підприємства вміють працювати набагато ефективніше, тих, котрі вже встановили своє положення на ринку. Проте практика показує, що підприємства з чималим стажем діяльності краще знають ринок, більш міцно тримають той сегмент, що досягнули, і вміють запропонувати клієнтові оптимальні варіанти надання послуг. Ґрунтуючись на цьому положенні, приймаємо досвід роботи як один із критеріїв вибору перевізника.

Досвід роботи виражається критеріальним показником – час роботи на ринку, що є заздалегідь відомим, виходячи з інформації про роботу компаній.

Досвід роботи розраховується за бальною оцінкою серед конкурентів та помножується на вагу даного критерію при виборі перевізника. Найбільш надійним перевізником є перевізник з найвищим балом досвіду роботи.

Виробничі потужності. Даний критерій дає бачення про те, наскільки велика та компанія, з котрим буде працювати споживач. Нині на ринку ситуація така, що більш великі компанії є більш стійкими, менше залежать від повсякчас несталого становища на ринку і, що найбільше привабливо для споживача, вміють запропонувати більш вигідні умови угоди. Крім того, автотранспортні компанії, що володіють великими виробничими потужностями, у випадку екстрених ситуацій можуть переорієнтувати вільні автомобілі, що у них є, на ту ділянку роботи, де може пригодитися їхня наявність.

Формула для розрахунку:

$$ВП = \sum_{T=1}^T (Кт * Вт) \quad (7)$$

де ВП – виробничі потужності;

Кт – кількість автомобілів, шт.;

Вт – вантажопідйомність автомобіля, тон.

Виробнича потужність підприємства розраховується за формулою:

$$ВП = \frac{nob * Феф}{tod} \quad (8)$$

де nob – тоннаж транспорту з провідної групи транспорту,

Феф – ефективний фонд часу роботи одиниці транспорту за рік,

tod – трудомісткість надання послуги по даній групі транспорту, год/шт.

Популярність. Даний критерій, що неодноразово відіграє не останню роль при виборі не тільки перевізника, але і будь-яких послуг і товарів. Більшість покупців схильються до вибору того, товару, що їм знайомий і яким користується більшість. Звичайно, незнайомі, недобре розрекламовані продуценти, можуть продукувати кращі товари, але багато хто буде ставитися до них з недовір'ям [9, с. 100].

Виміряти популярність тієї або іншої компанії кількісно досить складно. Критеріальним показником буде служити оцінка споживачів.

Популярність розраховується за бальною оцінкою серед конкурентів та помножується на вагу даного критерію при виборі перевізника. Найбільш надійним перевізником є перевізник з найвищим балом популярності.

Схема вибору перевізника за допомогою ранжувальних систем критеріїв подібних приведеним у табл. 1 полягає в прямому порівнянні сумарного рейтингу перевізників, отриманого по алгоритму.

Таблиця 1

Основні критерії вибору перевізника

Критерій (показник)	Ранг
Надійність часу доставки (транзиту)	1
Тарифи (витрати) доставки "від дверей до дверей"	2
Загальний час транзиту	3
Готовність перевізника до переговорів про зміну тарифу	4
Фінансова стабільність перевізника	5
Наявність додаткового обладнання (з вантажопереробки)	6
Стабільність надання послуг	7
Наявність додаткових послуг по комплектації і доставці вантажу	8
Втрати і розкрадання вантажу (збереження вантажу)	9
Експедиція відправок	10
Кваліфікація персоналу	11
Моніторинг відправок	12
Готовність перевізника до переговорів про зміну сервісу	13
Гнучкість схем маршрутизації перевезень	14
Сервіс на лінії	15
Процедура заявки (замовлення транспортування)	16
Якість організації продажів транспортних послуг	17
Наявність спеціалізованого обладнання	18

Джерело: [7, с. 110].

Розрахунок рейтингу перевізника за кожним чинником відбувається з урахуванням вагових коефіцієнтів, отриманих з обчислення загальної кількості чинників, діленого на відповідний ранг.

Найпростіший алгоритм вибору перевізника, аналогічний розглянутому вище, може бути використаний для первинної оцінки [10, с. 119].

Серед заходів, що можуть бути вжиті для підвищення ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства, можна відзначити [12]:

1. Налагодження системи планування, зокрема: бюджету логістичної системи; маршрутів перевезення; розділення вантажів на класи; структури організації логістичної системи; чисельності транспортних засобів на підприємстві та вантажопідйомності автомобілів;

2. Організація логістичної системи, зокрема: розділення вантажів на безпечні та небезпечні; організація маршрутів; організація діяльності відділу логістики;

3. Розробка мотиваційної політики працівників підприємства, зокрема: розробка системи мотивації працівників відділу логістики; розробка мотиваційної політики клієнтам транспортного підприємства при зовнішньоекономічній діяльності; запровадження системи знижок для зовнішньоекономічних контрагентів;

4. Контроль за виконанням бюджету логістичної системи, зокрема: контроль маршрутів перевезення; контроль за розділенням вантажів на безпечні та небезпечні; контроль системи мотивації працівників; контроль системи мотиваційної політики контрагентам; контроль чисельності працівників відділу логістики;

5. Регулювання діяльності відділу логістики у сукупності із іншими відділами підприємства.

6. Контроль діяльності горизонтальних та вертикальних зв'язків у відділі логістики.

Висновок. Таким чином, конкурентоспроможність перевізних послуг підприємства як багатоаспектна категорія, що реалізується окремими суб'єктами перевізного процесу, спрямовує безпосередній вплив на ефективність функціонування діяльності підприємства. Тому подальші дослідження за цим напрямком доцільно проводити в контексті завдань, які необхідно вирішувати для підвищення ефективності конкурентоспроможності перевізних послуг підприємства: налагодження системи планування, організація логістичної системи, розробка мотиваційної політики працівників підприємства, контроль за виконанням бюджету логістичної системи, контроль діяльності горизонтальних та вертикальних зв'язків у відділі логістики, регулювання діяльності відділу логістики у сукупності із іншими відділами підприємства. При виборі перевізника часто використовують спеціально розроблені рангові системи

показників: втрати і розкрадання вантажу (збереження вантажу), гнучкість схем маршрутизації перевезень, готовність перевізника до переговорів про зміну сервісу, готовність перевізника до переговорів про зміну тарифу, експедиція відправок, загальний час транзиту, кваліфікація персоналу, моніторинг відправок, надійність часу доставки (транзиту), наявність додаткових послуг по комплектації і доставці вантажу, наявність додаткового обладнання (з вантажопереробки), наявність спеціалізованого обладнання, процедура заявки (замовлення транспортування), сервіс на лінії, стабільність надання послуг, тарифи (витрати) доставки "від дверей до дверей", фінансова стабільність перевізника, якість організації продажів транспортних послуг.

Список використаних джерел

1. Горбенко О. В. Логістика : навч. посіб. / О. В. Горбенко. – Київ : Знання, 2014. – 315 с.
2. Гуторов О. І. Логістика : навч. посіб. / О. І. Гуторов, О. І. Лебединська, Н. В. Прозорова ; Харк. нац. аграр. ун-т ім. В. В. Докучаєва. – Х. : Міськдрук, 2011. – 322 с.
3. Економіка та управління підприємством: сучасні підходи, методи та моделі : [колект. моногр.] / [К. Л. Ларіонова та ін.] ; за ред. канд. екон. наук, доц. Ларіонової К. Л. – Кам'янець-Подільський : Медобори-2006, 2013. – 494 с.
4. Крикавський Є. В. Логістика: компендіум і практикум : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Є. В. Крикавський – К. : Кондор, 2009. – 340 с.
5. Легеза Д. Г. Логістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Д. Г. Легеза, В. В. Нехай, М. І. Лобанов. – Мелітополь : Видавничий будинок ММД, 2012. – 279 с.
6. Логістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. П. Волков, А. В. Череп, Л. Г. Олейнікова, О. Г. Череп ; ДВНЗ «Запоріж. нац. ун-т» МОН України. – Запоріжжя, 2010. – 356 с.
7. Логістика : навч. посіб. для студ. екон. спец. / О. Б. Білоцерківський, П. В. Брінь, О. О. Замула, Н. В. Ширяєва ; Нац. техн. ун-т «Харк. політехн. ін-т». – Х. : НТУ «ХП», 2010. – 152 с.
8. Майорова І. М. Логістика в міжнародному бізнесі : монографія / Майорова І. М. ; Держ. вищ. навч. закл. «Приазов. держ. техн. ун-т» (ДВНЗ «ПДТУ»). – Маріуполь : Вид.-полігр. центр ДВНЗ «ПДТУ», 2012. – 389 с.
9. Москвітіна Т. Д. Міжнародна логістика : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Т. Д. Москвітіна ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 215 с.
10. Турчак В. В. Організація управління логістичною системою підприємства : дис. ... канд. екон. наук / Турчак Вікторія В'ячеславівна ; Вінниц. торг.-екон. ін-т Київ. нац. торг.-екон. ун-ту. – Вінниця, 2011. – 264 с.

11. Управління промисловим підприємством: проблемні питання обліку, аналізу і контролю : монографія / Н. Л. Шкіря [та ін.] ; ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – Кривий Ріг : Чернявський Д. – Одеса, 2011. – 206 с.
12. Управління сучасним підприємством, міжнародна науково-практична конференція(9; 2013; Київ). ІХ Міжнародна науково-практична конференція «Управління сучасним підприємством», 25-26 квітня 2013 р. : [тези доп.] / Нац. ун-т харч. технологій ; [редкол.: С. В. Іванов та ін.]. – Київ : НУХТ, 2013. – 243 с.