

Динда Катерина Петрівна

Студентка кафедри математичного моделювання економічних систем

Національний технічний університет України «КПІ»

м. Київ, Україна

МОДЕЛЮВАННЯ РОБОТИ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИЦІЙНОЇ ФІРМИ

Реалізація будь-якої продукції не може уникнути етапу розподілу. На сучасному етапі розвитку економіки він здійснюється за допомогою сфери логістичних послуг, яка в свою чергу виражається роботою транспортних-експедиційних фірм. В Україні дана галузь функціонує з 90-х років ХХ століття, а зараз перебуває на стадії розвитку, тому і потребує наукових досліджень та обґрунтувань.

В умовах ринкової економіки гостро постає задача раціоналізації логістичного сервісу, вирішення якої, досягається шляхом оцінки роботи постачальників, експедиторських фірм або інших логістичних посередників. Існує багато методів, які характеризують рівень логістичного сервісу. Одним з них є використання показників, що описують стан функціонування логістичних систем за даного рівня загальних витрат. Ще одним підходом є застосування інтегрального критерію оптимальності витрат логістичної системи з урахуванням якості обслуговування споживачів. Також слід зазначити про концепцію «діаграм збалансованих переваг», де мають місце як фінансові так і нефінансові показники ефективності.

Щоб адекватно оцінити реальну картину в сфері логістичних послуг необхідно врахувати інтереси всіх учасників економічного процесу. Розглядаючи сторону того, хто надає послуги, тобто транспортно-експедиційну фірму, її функціонування можна відобразити за допомогою функції прибутку (Π), яка є різницею між доходами і витратами від її виробничої діяльності. Сторона споживача, тобто фірми-замовника, виражається за допомогою її функції корисності (U).

$$P \rightarrow \max;$$

$$U \rightarrow \max.$$

Як прибуток логістичного підприємства залежить від ціни (P), яке у свою чергу змінюється в часі (t). Оскільки на даному етапі розвитку економіки сфера вантажних перевезень розвивається швидкими темпами, що свідчить про високий рівень конкуренції, то споживання в цій галузі характеризується еластичністю попиту відносно ціни. Звідси слідує, що споживач при виборі посередника враховує ціновий фактор. Тому можна вважати, що корисність фірм-клієнтів теж є функцією від ціни. Також слід сказати про те, що замовник логістичних послуг завжди має обмежений бюджет (B) на здійснення перевезення певного обсягу (Q). Все вище сказане можна охарактеризувати наступною моделлю:

$$P(p(t)) \rightarrow \max;$$

$$U(p(t)) \rightarrow \max.$$

$$Qp(t) \leq B.$$

Отже, для оцінки логістичного сервісу фірми необхідно розглянути об'єкт дослідження з двох боків, а саме: результат наданих послуг такого типу з точки зору споживача і з точки зору підприємця. Показники, які допомагають визначити рівень обслуговування з обох сторін, можна скомбінувати і отримати загальну модель визначення рівня логістичного сервісу. Така модель в подальшому може допомогти в ході раціоналізації існуючого положення підприємства на ринку.

Література:

1. Дудар Т. Г. Основи логістики. Навч. посіб. / Т. Г. Дудар, Р. В. Волошин. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 176 с.
2. Николаева М. А. Товароведение потребительских товаров. Теоретические основы: Учеб. для вузов. / М. А. Николаева. — М.: НОРМА, 2000. — 283 с.
3. Пономарьова Ю. В. Логістика: навч. посіб. / Ю. В. Пономарьова. – Вид. 2-ге., перероб. та доп. – К. : Центр навч. л-ри, 2005 – 385 с.