

улучшение качества воды, восстановление флоры и фауны;
- коэффициент экономической эффективности составляет 0,35 по 3-му варианту.

Список использованной литературы:

1. Колмыкова Т.С. Инвестиционный анализ: Учеб. Пособие. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 204 с. – (Высшее образование).
2. Инвестиции / под ред. Д.э.н., профессора И.П. Скобелевой: учебн. Пособие. – СПб. : СПГУВК, 2009. – 186 с.
3. Бузова И. А., Маховикова Г. А., Терехова В. В. Коммерческая оценка инвестиций /под ред. Есилова В. — СПб. : Питер, 2004. — 432 с : ил. — (Серия «Учебник для вузов»).
4. Бочаров В. В. Инвестиции: Учебник для вузов. 2-е изд. ил. — (Серия «Учебник для вузов»). - СПб.: Питер, 2009. — 384 с.
5. Гончарова Л.П. Инвестиционный менеджмент: учебное пособие. – М. : КНОРУС, 2005. – 296 с.

Bibliography:

1. Kolmykova T.S. Investment analysis: Ucheb. The Allowance. - M. : INFRA-M, 2009. – 204 p. – (Higher education). (Rus.)
2. Investment / under ed. Doctor Of Economics., professor I.P. Skobeleva : teaching. The Allowance. - Spb. : SPGYVK, 2009. – 186 p. (Rus.)
3. Buzova And. A., Maxovikova G. A., Terekhova In. IN. Commercial evaluation of investments /under ed. Есилова In. - Spb. : Peter, 2004. - 432 p : il. - (Series "the Textbook for high schools»). (Rus.)
4. Bocharov In. IN. Investments: the Textbook for high schools. 2nd ed il. - (Series "a Textbook for higher educational institutions"). - Spb.: Peter, 2009. - 384 p. (Rus.)
5. Goncharov Investment management: textbook. - M. : KNORYS, 2005. – 296 p. (Rus.)

Рецензент: Т.Г. Логутова
д-р екон. наук, проф., ДВНЗ «ПДТУ»

Стаття надійшла 27.11.2011

УДК 005.932(477)

© Пожусв О.В.*

**ЛОГІСТИКА, ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

У статті досліджено логістику як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства. Закладено значний потенціал скорочення витрат і підвищення ефективності роботи підприємств. Конкурентоспроможність підприємства - можливість ефективної господарської діяльності підприємства та її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку.

Ключові слова: логістика, конкурентоспроможність, підприємство, розвиток, виробництво, товари, послуги.

Пожусв А.В. Логистика, как фактор повышения конкурентоспособности предприятий Украины. В статье исследовано логистику как фактор повышения конкурентоспособности предприятия. Заложено значительный потенциал сокращения затрат и повышения эффективности работы предприятий. Конкурентоспособность предприятия – возможность эффективной хозяйственной деятельности предприятия и ее прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка.

Ключевые слова: логистика, конкурентоспособность, предприятие, развитие, производство, товары, услуги.

* ст. викладач Запорізька державна інженерна академія м. Запоріжжя

O.V. Pozhuev. Logistics as a factor in increasing the competitiveness of enterprises Ukraine. This article investigates logistic as factor of increase of competitiveness of an enterprise.. Considerable potential of cutback of expenditure and increase of efficiency of work of enterprises was set up. in logistic. A competitiveness of an enterprise means possibility of effective economic activity of an enterprise and its practical profitable realization in the conditions of competition market.

Key words: logistics, competitiveness, enterprise, development, manufacturing, products, services.

У сучасних умовах в Україні відбувається посилення конкуренції, унаслідок чого керівники підприємств знаходяться в постійному пошуку нових(адекватних умовам конкуренції) інструментів керування підприємствами і важелів підвищення конкурентоспроможності(КС).

Конкурентоспроможність підприємств розглядається як здатність підприємств проектувати, виготовляти та реалізувати конкурентоспроможну продукцію, а також цілеспрямовано взаємодіяти з ринковим оточенням [2, 90с.]

Розгляд логістики як фактора підвищення конкурентоспроможності передбачає, що наслідки прийнятих рішень у даній сфері повинні піддаватися виміру в плані їх впливу на функціональні затрати і на доходи від продажу товарів. У зв'язку з цим актуальним стає завдання знаходження способу контролю витрат і показників, які найбільш коректно відображають зв'язок логістики з основними економічними та фінансовими показниками підприємств. У зарубіжній економічній літературі підкреслюється, що у підприємствах, які взяли на озброєння логістичну концепцію, і побудували свою стратегію на її основі, спостерігається значне поліпшення показника, що віддзеркалює відношення прибутку, отриманого від продаж товарів і послуг, до інвестиційного капіталу (ППК - прибуток на інвестиційний капітал).

Вплив логістики на витрати, пов'язані з продажем товарів, - очевидний. У рамках логістичного підходу до даних витрат відносять витрати на виконання замовлень, що включають затрати на їх обробку, перевезення і складування вантажів, управління запасами, пакування та підтримуючу діяльність (забезпечення запасними частинами, після продажний сервіс). Очевидним є і вплив логістики на поліпшення стану фірм на ринку, що оцінюється, як правило, збільшенням їх частки на ньому і багато в чому залежить від ефективної пропозиції підприємств конкурентоспроможного рівня обслуговування споживачів.

Вплив логістики на інвестиційний капітал здійснюється через основні категорії (елементи) активів і пасивів (баланс) підприємств. Такі елементи балансу, як "готівка і рахунки дебіторів", що належать до оборотного капіталу, - вирішальні з точки зору ліквідності підприємств [4, 32 – 33с.]

Дослідження, виконані в сфері логістики для широкого діапазон ринків від продовольчих товарів до капіталомісткої продукції, показали, що фірми-продуценти і посередники мають достатньо широкі можливості для створення пріоритетних умов споживачам. Проте ці можливості можуть бути реалізовані лише в тому випадку, якщо функціонування логістики в повному обсязі орієнтовано на ринок.

Отже, за таких умов конкурентна перевага може виникати із здатності фірми через посередництво своєї логістичної діяльності добиватися: відмінностей у сегментації ринку, змін в економічному оточенні та ринкових вимогах, а також змін власних і чужих тактичних маневрів.

Політика підприємств, спрямована на отримання доходів від логістичної діяльності, як правило, веде до збільшення прибутку. Дослідження закордонних спеціалістів показують, що вклад логістики в прибуток підприємств залежить від рівня обслуговування. При цьому спостерігають, що при досягненні рівня 90% і вище логістичні починають випереджати зростання доходів від цього виду діяльності. Починаючи з 95%, ефект стає від'ємним.

Вищевикладене дозволяє стверджувати, що мета логістики 90-х рр. виходить за рамки скорочення витрат і збільшення прибутків. Тому на даному етапі концепція конкурентоспроможності підприємств полягає в отриманні конкурентної переваги за рахунок пропозиції додаткових послуг і підвищення їх якості. Надалі, в міру застосування даної концепції більшістю підприємств, зниження витрат знову може стати першочерговою справою, але вже на іншій основі. Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок

логістики - процес безперервний і динамічний [4, 33-34с.]

Конкурентоспроможність підприємств може бути розглянута, як відносна категорія і, як категорія комплексна. Конкурентоспроможність підприємства не є постійною характеристикою й означає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти основним конкурентам у визначений період зі змінами у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємств змінюється також його порівняльні конкурентні переваги. У зв'язку з цим можна стверджувати, що конкурентоспроможність підприємств – поняття відносне, тому що його можна визначити лише на підставі зіставлення окремих характеристик підприємств з характеристиками інших, аналогічних підприємств [2, 90с.].



Рисунок - Залежність прибутку підприємства від рівня логістичного обслуговування

К. Штайльманн, М. Дряхлов, В. Хартман трактують конкурентоспроможність країни як здатність економіки однієї країни конкурувати з економіками інших держав – за рівнем ефективного використання національних ресурсів, підвищення продуктивності народного господарства і забезпечення на цій основі високого та дедалі вищого рівня життя населення. Б. Кваснюк вважає, що поняття конкурентоспроможності залишається складним, багатоаспектним, таким, що не має універсального формування. Проте насамперед воно відображає сприятливі позиції національної економіки, головним чином у сфері міжнародної торгівлі, а водночас - її здатність зміцнювати ці позиції. Але вчений трактує конкурентоспроможності національної економіки і як концентрований вираз економічних, науково – технічних, виробничих, організаційно – управлінських, маркетингових та інших можливостей, котрі реалізуються в товарах і послугах, що успішно протистоять зарубіжним товарам та послугам – конкурентам на внутрішньому і зовнішньому ринках [3, 179с.].

На основі «теорії ромба», запропонованої М. Портером, виділяють наступні формування конкурентоспроможності української економіки аналогічний логістичному ланцюгу, згідно з яким логістичні операції збільшують вартість матеріального потоку. Ланцюг витрат компанії демонструє послідовну сукупність робіт і функцій, що виконуються всередині неї. Для досягнення конкурентної переваги слід підходити до ланцюга цінності як до системи, а не до набору компонентів. Тут можна побачити зв'язок з логістикою, основою якої є системний підхід, що передбачає комплексний аналіз елементів ЛС і оптимізацію системи в цілому, а не тільки однієї з підсистем.

Вибрана підприємством конкурентна стратегія визначає спосіб, яким фірма виконує окремі види діяльності, і весь ланцюг цінності. Проте для стратегічного аналізу витрат й оцінки конкурентоспроможності компанії потрібно більше, ніж просто порівняння витрат за видами діяльності компаній-конкурентів. Насамперед, це пояснюється тим, що витрати компанії залежать не тільки від витрат, пов'язаних з роботою самої компанії (її власним ланцюгом витрат), а й від витрат постачальників і дистриб'юторів. Таким чином, ланцюг цінності окремої фірми входить до більшої системи діяльності, яку можна назвати системою цінності.

Точна оцінка конкурентоспроможності компанії на споживчому ринку вимагає, щоб керівники розглядали всю систему надання споживчої цінності, а не тільки власний ланцюг витрат компанії, тобто ланцюг витрат постачальників і каналів розподілу. Фахівці зазначають, що зростання конкурентоспроможності української економіки залежатиме від того, наскільки регіони продаватимуть активну інноваційну політику та стимулюватимуть інноваційну

активність суб'єкта господарювання. Інноваційний потенціал регіону відображає можливість і готовність регіону здійснювати ефективну інноваційну діяльність, охоплюючи кадровий склад, матеріально – технічну базу, фінанси, наукову інформацію, сучасні форми організації й управління інноваційною діяльністю, інтелектуальну власність. Під такою можливістю розуміють наявність і збалансованість структури потенціалу, а під готовність - достатність рівня розвитку потенціалу і наявних ресурсів для ефективної інноваційної діяльності. Ефективна реалізація потенціалу залежить від стану кожної із його підсистем та їх взаємодії [1, 165с.]

Кількісно наша країна володіє достатньо потужним потенціалом у сфері НДДКР, але він має регіональні відмінності. Усі регіони згруповано щодо результативності інноваційної діяльності:

1-а група – регіони, в яких спостерігається перевищення темпів зростання питомої ваги інноваційної продукції в загальному обсязі відвантаженої продукції над темпами інноваційних витрат на НДДКР:

Автономна Республіка Крим, Волинська, Миколаївська, Херсонська області;

2-га група – регіони, в яких темпи зростання питомої ваги витрат на НДДКР вищі, ніж темпи зростання питомої ваги інноваційної продукції в загальному обсязі відвантаженої продукції: Вінницька, Кіровоградська, Тернопільська, Чернігівська області;

3-я група – регіони, в яких спостерігаються високі темпи зростання питомої ваги відвантаженої інноваційної продукції у загальному обсязі продукції та зменшення витрат на дослідження й розробки: Дніпропетровська, Івано – Франківська, Львівська, Одеська, Хмельницька, Чернігівська область.

4-та група – регіони, в яких зросли витрати на дослідження і розробки та знизилися темпи зростання питомої ваги відвантаженої інноваційної продукції: Донецька, Полтавська, Рівненська, Сумська, Херсонська область, місто Київ та Севастополь.

5-та група – регіони, в яких відбувається спад обох показників [3, 173с.].

Таблиця

Кількість підприємств монополістів за областями України

Область	Кількість підприємств
м. Київ	46
Харківська	38
Дніпропетровська	37
Донецька	34
Луганська	25
Запорізька	24
Львівська, Одеська	По 17
Полтавська	16
Івано – Франківська	12
Київська, Черкаська, Сумська	По 11
Вінницька, Хмельницька	По 10
Чернігівська	8
Херсонська, Волинська, Житомирська, Закарпатська, Кіровоградська	По 7
АР Крим	6
Чернівецька	5
Рівненська	4
Тернопільська, Миколаївська	По 3

Таку тенденцію пояснюють тим, що економіка держави стає більш відкритою, з'являються нові ринки, і, відповідно, певні фінансово сильні підприємства займають лідируючі, а з часом і монополістичні позиції на ринку.

Більша частина монополій в Україні - природні. Їх кількість у 1999 році становила 32% загального обсягу, в 2000 році - 28,9%, у 2001 році -34,4%, у 2002 році - 34%. Бачимо, що економіка нашої держави суттєво залежить від функціонування природних монополій, а їх ре-

формування відбувається сповільненими темпами. Цікаво, що у звітності окремо від природних монополій відображені ринки житлово-комунальних послуг, частка яких складала: у 1999 році - 20% загальної кількості монополізованих ринків, у 2000 році - 16,8%, у 2002 році - 19%, а в 2002 році - 15,4%.

На ринки послуг, пов'язаних із здійсненням функцій держави та самоврядування, припадало в 1999-2000 роках по 10% загального обсягу, в 2001 році - 10,8%, а в 2002 році - близько 13%.

Що ж до ринків продукції фондомістких галузей (металургія, хімія, нафтохімія, машинобудування та металообробка), то їхня частка поступово зменшується (у 1999-2002 роках відповідно 10%, 6,8%, 6,3%, 5,9%), зокрема внаслідок посилення вливу зовнішньої конкуренції. Загалом же звітність показує, що в Україні під вплив монополій підпадає більшість товарних ринків. Для контролю за підприємствами-монополістами в Україні ведеться Перелік підприємств, що займають монополіне становище на ринках. Але з 2000 року змінено статус Переліку, який тепер є лише джерелом індикативної інформації.

Після введення в дію 3 березня 2002 р. ЗУ "Про економічну конкуренцію", уточнено перелік порушень антимонопольного законодавства, які до цього визначалися ЗУ "Про обмеження монополізму та недопущення недобросовісної конкуренції". За кількістю скоєних порушень у 2002 році різні їх види можна розташувати так (від найбільшої кількості до найменшої):

- 1) зловживання монополічним становищем;
- 2) інші порушення;
- 3) дискримінація суб'єктів господарювання;
- 4) недобросовісна конкуренція;
- 5) антиконкурентні узгоджені дії.

За порушення антимонопольного законодавства підприємства зобов'язані сплачувати штрафи та пеню, відшкодовувати збитки. У загальному у 1999 році було сплачено 27697,8 тис.грн., у 2000 році - 18221,86 тис.грн., у 2001 році - 33200,697 тис.грн., у 2002 році - 61663,2 тис.грн., у 2003 році - 145365, 801 тис.грн.[3, 250 – 251с.]

Розглядаючи логістику з позицій конкурентних переваг на ринку, необхідно докладніше зупинитися на логістичному сервісі. Логістичний сервіс - це комплекс послуг, пропонованих споживачеві. При цьому його основа складається з таких шести принципів: обов'язковості пропозиції. Підприємство, яке реалізує те, що потребує обслуговування виробу, але не пропонує споживачеві ніяких видів сервісу, приречене на поразку в конкурентній боротьбі;

- необов'язковості використання. Підприємство зобов'язане пропонувати, але не може нав'язувати клієнтам сервіс, оскільки вибір покупця повинен бути абсолютно вільним;

- еластичності. Пакет послуг, що надаються, повинен бути достатньо широким - від мінімально необхідних до максимально доцільних;

- зручності. Сервіс повинен надаватися в тому місці, в такий час і в такій формі, які влаштовували б покупця;

- раціональної цінової політики. Сервіс повинен бути не стільки джерелом додаткового прибутку, скільки стимулом для придбання товарів і засобом зміцнення довіри покупця до підприємства;

- інформаційної віддачі. У процесі надання послуг потрібно організувати збір інформації про всі сторони експлуатації товарів, про оцінки клієнтів, про поведінку і форму сервісу конкурентів.

Важливою причиною розвитку і популярності логістики за кордоном з погляду конкурентоспроможності стало пов'язане з нею поліпшення управління всередині фірм. Як свідчать статистичні дані, компанії, що використовують методи логістики, здобули переваги над конкурентами за багатьма позиціями. Зокрема, це стосується скорочення виробничих запасів, витрат на виробництво і товарообіг. На підставі опитування 1450 бізнесменів США, Японії і 7 західноєвропейських країн американський експерт Х. Петерс дійшов висновку, що обсяги запасів скорочуються на 30-70%, продуктивність праці підвищується на 20-50%, собівартість продукції знижується приблизно на 30%, витрати у сфері товарообігу - на 20%.

Розглядаючи логістику як чинник підвищення конкурентоспроможності, необхідно відзначити, що наслідки прийнятих рішень у цій сфері повинні піддаватися вимірюванню в

плані їх дії на функціональні витрати і на доходи від продажу товарів. У зв'язку з цим актуалізується завдання знаходження способу контролю за витратами, що найкоректніше відображають зв'язок логістики з основними економічними і фінансовими показниками фірм. Як з'ясувалося, визначити кількісні параметри наслідків логістичних рішень вельми складно. Це можна зробити лише при дотриманні таких умов методологічного і технічного характеру:

- наявність добре від лагодженої обліково-інформаційної системи;
- проведення комплексного аналізу витрат і доходів структурних підрозділів фірм і всіх учасників логістичного ланцюга та єдиної методології нарахування витрат;
- визначення частки прибутку від логістичної діяльності в загальному прибутку фірм, У підприємствах, що взяли на озброєння логістичну концепцію і побудували на її основі власну стратегію, спостерігається значне поліпшення показника, який відображає відношення прибутку, отриманого від продажу товарів і послуг, до інвестованого капіталу, за рахунок зменшення[1, 165 - 166с.]

Висновок

Таким чином, можна зробити висновок, що логістика впливає майже на кожен аспект рахунку прибутків і збитків фірм. Тому відповідні зміни в логістичній стратегії впливають на фінансові результати діяльності фірм і роблять свій внесок у забезпечення їх довгострокової життєздатності. Вищевикладене дає змогу стверджувати, що мета логістики на сучасному етапі розвитку світової економіки виходить за межі скорочення сукупних витрат і збільшення прибутку. Новий підхід до концепції конкурентоспроможності фірми полягає в отриманні конкурентної переваги за рахунок пропозиції додаткових послуг і підвищення їх якості. Отже, підвищення конкурентоспроможності підприємств за рахунок логістики - процес безперервний і динамічний.

Список використаних джерел:

1. Климова І.Г. // Держава та регіон. Сер. "Економіка підприємства", "Логістика, як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства", 2006. - №4.
2. Афанасьєв М.В., Вілоконеко Г.В. Економічна діагностика: Навчально – методичний посібник. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007 – 296с.
3. Кузьмін О.С., Горбаль Н.І. Управління міжнародного конкурентоспроможністю підприємства. : Підручник. Львів; Компакт – ЛВ, 2005 – 304 с.
4. Смиринський В.В., Смиринський А.В. Основи логістичного менеджменту. Навч. Посіб. – Тернопіль : «Економічна думка», 2000. – 240с.

Bibliography:

1. Klimov I.G. // The power region. Ser. "Economics of enterprise", "Logistics, introduction the competitiveness of the enterprise", 2006. - №4. (Ukr.)
2. Afanasev M.V. M.B., Vilokonenko G.V. Economic діагностика: Educational - methodical government. - X. : VD «INGK», 2007 – 296p. (Ukr.)
3. Kuzmin O.S., Horbal N.I. Management of the international competitiveness of the enterprise.: The Textbook. Lviv; Cd – LV, 2005 – 304 p. (Ukr.)
4. Smirishinski V.V., Smirishinski A.V. Fundamentals of logistics management. The training manual. - Ternopol : "Economic dumka», 2000. – 240 p. (Ukr.)

Рецензент: Т.Г. Логутова
д-р екон. наук, проф., ДВНЗ «ПДТУ»

Стаття надійшла 27.11.2011