

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра торговельного підприємництва та логістики

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

ОРГАНІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

(за матеріалами ТОВ «Олвіт», м. Київ)

Студентки 2 курсу 11м групи

спеціальності 076

«Підприємництво, торгівля та

біржова діяльність»

спеціалізації «Логістика та

управління ланцюгами

постачання»

Жердевої Яни

Дмитрівни

Науковий керівник

д.е.н., професор

Мазаракі Анатолій

Антонович

Гарант освітньої програми

д.е.н., доцент

Ільченко Наталія

Борисівна

Київ 2020

АННОТАЦІЯ

Жердєва Я.Д. Організація логістичного обслуговування споживачів (за матеріалами ТОВ «Олвіт»). – КНТЕУ. – 2020 – 50с.

У випускній кваліфікаційній роботі досліджено теоретико-методологічні засади організації логістичного обслуговування споживачів, охарактеризовано логістичну діяльність ТОВ «Олвіт», проаналізовано та надано оцінку рівню ефективності надання логістичного сервісу споживачам. Розроблено пропозиції та план заходів з оптимізації логістичного обслуговування споживачів ТОВ «Олвіт» шляхом організації власного автопарку.

Ключові слова: логістика, організація обслуговування, логістичні витрати, оптимізація, оцінка ефективності обслуговування.

ABSTRACT

Zherdieva Y.D. Organization of logistics customer service (based on materials from Olvit LLC). - KNTEU. - 2020 - 50p.

In the final qualifying work I investigated the theoretical and methodological bases of the organization of logistics customer service; the logistic activity of LLC Olvit is characterized, the estimation of a rendering efficiency level of logistic service to consumers is analyzed and given. In addition, there are proposals and a plan of measures to optimize the logistics of customer service LLC "Olvit" by organizing its own fleet.

Key words: logistics, service organization, logistics costs, optimization, service efficiency assessment.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ.....	7
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ТОВ «ОЛВІТ».....	15
2.1. Аналіз логістичного обслуговування споживачів на підприємстві ТОВ «Олвіт».....	15
2.2. Оцінювання рівня ефективності надання логістичного сервісу підприємством ТОВ «Олвіт».....	22
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ ПІДПРИЄМСТВА.....	31
3.1. Розробка плану заходів з оптимізації логістичного обслуговування споживачів.....	31
3.2. Економічне обґрунтування ефективності проекту удосконалення логістичного обслуговування споживачів шляхом організації власного автопарку.....	37
ВИСНОВКИ.....	43
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	45
ДОДАТКИ.....	48

ВСТУП

Актуальність теми випускної кваліфікаційної роботи полягає в тому, що логістика передбачає об'єднання, встановлення найкращого взаємозв'язку між процесами закупівлі, зберігання та розподілу матеріальних ресурсів; реалізує управління матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками і сприяє оптимізації виробничого та торговельного процесів. Сервісна логістика в свою чергу є одним з елементів загальної логістики, її вдосконалення направлено на раціональне споживання ресурсів і задоволення потреб споживача в послугах. Наукова новизна дослідження полягає у поглибленні та уточненні існуючих теоретичних засад з питань організації та удосконалення логістичного обслуговування споживачів підприємства. Також було виявлено та узагальнено проблеми управління транспортними витратами, запропоновано рішення щодо оптимізації транспортних витрат та системи логістичного сервісу. Тему логістичного обслуговування досліджували такі науковці, як: Дибська В.В., Анікін Б.А., Гелета І.В., Калинська Е.С., Кофанов А.А., Ковальова Е.І., Крикавський Є.В., Лепейко Т. І., Мазаракі А.А., Москвітін Т.Д., Торопков та ін.

Мета випускної кваліфікаційної роботи полягає у дослідженні елементів у системі управління логістичним обслуговуванням споживачів та визначенні й обґрунтуванні перспективних напрямків її розвитку.

Об'єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процеси організації логістичного обслуговування споживачів на підприємстві ТОВ «Олвіт».

Предметом дослідження виступають теоретично-методологічні аспекти та практичний інструментарій для управлінських підходів до організації системи логістичного обслуговування споживачів на підприємстві.

Завданнями випускної кваліфікаційної роботи є:

- розглянути сутність та основні теоретичні засади щодо організації логістичного обслуговування споживачів;
- здійснити діагностику стану функціонування підприємства торгівлі;
- обґрунтувати сутність логістичного підходу в організації системи обслуговування споживачів та визначити основні методи оцінювання ефективності управління логістичним сервісом;
- здійснити діагностування діяльності обраного підприємства в сфері надання логістичних послуг споживачам;
- оцінити ефективність організації логістичного сервісу на ТОВ «Олвіт» та запропонувати шляхи удосконалення;
- обґрунтувати доцільність напрямів вдосконалення організації системи логістичного обслуговування споживачів на ТОВ «Олвіт».

Методи дослідження. В магістерській роботі було застосовано сукупність загальних та специфічних наукових методів, таких як системний підхід, методи економічного та статистичного аналізу, групування, графічного моделювання організаційних структур, експертної оцінки. Для отримання аналітичної інформації були використані дані внутрішньої статистичної звітності, зокрема, бухгалтерської звітності підприємств та за матеріали практикуючих фахівців в галузі менеджменту та логістики, розміщені в підручниках та електронних джерелах.

Інформаційну базу досліджень при написанні випускної кваліфікаційної роботи склали підручники та навчальні посібники, статті, монографії зарубіжних та вітчизняних вчених, періодичні видання, законодавчі та нормативно-правові акти України, ресурси мережі Інтернет, внутрішня інформація ТОВ «Олвіт».

Практична значущість дослідження полягає у можливості використання результатів дослідження у практичній діяльності підприємств з метою підвищення ефективності їх функціонування. Розроблена програма по удосконаленню роботи транспортно-експедиторської діяльності допоможе підвищити якість наданих послуг та посилити конкурентні позиції на ринку.

Апробація результатів роботи. Результати дослідження обговорені на міжнародній студентській науково-практичній конференції «Актуальні проблеми товарознавства, торговельного підприємництва та захисту прав споживачів», яка відбулася 15-16 березня 2020 року в Київському національному торговельно-економічному університеті.

Структура роботи. Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних джерел, загальним обсягом 50 сторінок.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

В умовах сучасної світової економіки підприємство, яке дбає про успішний розвиток, незалежно від його галузевої спеціалізації та потужності, орієнтується на запити споживачів, проводить моніторинг споживчого попиту і переваг.

Продаж товару в оптовій і роздрібній торгівлі пов'язана з наданням додаткових технологічних послуг, які являються бонусом та приваблюють нових клієнтів. Такі послуги найчастіше пов'язані з організацією доставки товарів, забезпеченням точності параметрів замовлення і своєчасністю поставки вантажів споживачам. Використання логістичного сервісу в товарообізі підприємства сприяє формуванню системи обслуговування клієнтів і підтримці її в робочому стані [4, с.113].

Використання логістичного сервісу виробничими і торговими підприємствами допомагає систематизувати процес продажу товарів, налагодити постійний взаємозв'язок між підприємством та його споживачами. Здійснюється логістичний сервіс або самим продавцем, або підприємствами, що спеціалізуються в області логістичного обслуговування (логістичні посередники і провайдери) [26,с.112].

Вважається, що логістика забезпечує як технічну, технологічну, економічну та методологічну інтеграцію окремих ланок логістичного ланцюга в єдину систему, так і ефективно управління наскрізними матеріальними потоками, а також раціоналізацію господарської діяльності через їх оптимізацію [2, с. 118].

В. Дибська вважає, що логістика збалансовує процес переміщення матеріальних та інформаційних потоків в просторі і в часі від їх первинного джерела до кінцевого споживача [3, с. 89].

Тобто логістика сприяє ефективному управлінню матеріальними і пов'язаними з ними інформаційними і фінансовими потоками з оптимальними витратами всіх ресурсів для повного задоволення вимог споживачів. Для цього вона повинна охоплювати і гармонійно об'єднувати в єдиний процес такі різноманітні види діяльності, як виробництво, інформаційний обмін, транспортування, управління закупівлями і запасами, складування, вантажопереробку, упаковку та інші.

Серед завдань логістики одним з найважливіших є надання логістичних послуг. Це пов'язано з прийняттям рішення багатьма компаніями щодо необхідності остаточної переорієнтації на кінцевого споживача, що вимагає не лише точності та своєчасності, але й визначає асортимент і рівень якості послуг, які надаються йому в закупівельно-збутовому процесі [18, с. 220].

Організація логістичного обслуговування споживачів у сучасних умовах функціонування логістичних систем має деякі проблеми та недоліки. Пов'язано це передусім із відсутністю належної логістичної інфраструктури і техніки, браком кваліфікованих кадрів, відсутністю належного фінансування і управління підприємствами та, нарешті, недосконалим використанням принципів логістики в управлінні логістичним обслуговуванням [19, с. 132]. У наукових працях українських та зарубіжних економістів не має однозначного трактування поняття логістичного обслуговування (логістичного сервісу). Розглянемо найпоширеніші з них в табл. 1.1.

**Підходи до трактування понять «логістичне обслуговування» та
«логістичний сервіс»**

Автор	Визначення
Крикавський Є. В.	Логістичне обслуговування – це важливий складник обслуговування споживача, який дає можливість забезпечити необхідний рівень задоволення потреб клієнтів за якнайнижчих сукупних витрат та гарантованого отримання клієнтом відповідного товару відповідної кількості та асортименту в певному місці, певний час і певною ціною [11, с.203].
Коломійцев Г. О.	Логістичне обслуговування – це процес, що відбувається між споживачем, продавцем та третьою стороною; результат роботи логістичної системи і компоненти «місце» в маркетинг-міксі компанії [7, с.14].
Ковальова Е. І.	Логістичний сервіс – це комплекс нематеріальних послуг, що супроводжують постачання товарів для максимального задоволення споживачів найбільш оптимальним із точки зору витрат способом [5, с.155].
Коток М. В.	Логістичний сервіс нерозривно пов'язаний із розподілом і представляє собою комплекс послуг, що надаються в процесі поставки товарів [8, с.11].
Крикавський Є. В.	Логістичний сервіс – це сукупність логістичних операцій, що здійснюються під час виконання замовлень для внутрішніх бізнеспроцесів компанії і для підтримки лояльності зовнішніх клієнтів [10, с.56].
Лепейко Т. І.	Обслуговування споживачів – це процес створення суттєвих вигод, які містять додану вартість за умови підтримки ефективного рівня витрат у ланцюзі постачань [9, с.34].
Власова І.О	Логістичне обслуговування – це сукупність послуг, що надаються в процесі безпосередньої поставки товарів споживачам на завершальному етапі ланцюга [1, с.143].

Джерело: [Складено автором]

Узагальнюючи, можна визначити систему логістичного обслуговування як сукупність логістичних операцій із матеріальними, інформаційними та фінансовими потоками, які забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів у процесі управління логістичними потоками, відповідають критерію оптимальності логістичних витрат та забезпечують підприємству конкурентні переваги.

Основним споживачем логістичного сервісу є споживач матеріального або інформаційного потоку. Логістичні послуги переважно надаються постачальником, експедиторською фірмою або іншим логістичним посередником, проте можуть забезпечуватися безпосередньо самим продавцем. Головним питанням, яке вирішує логістика у процесі надання послуг споживачам, є визначення оптимального співвідношення між витратами на обслуговування і досягненням ефекту від нього. З одного боку, підвищення рівня сервісу збільшує обсяг збуту товарів та підвищує конкурентоспроможність логістичної системи, з іншого – провокує зростання витрат, що може призвести до зниження ефективності роботи логістичної системи і стати перешкодою для підприємства на шляху отримання фінансового результату від господарської діяльності [13, с.78].

Сервісна логістика як система господарської (практичної) діяльності в сфері послуг являє собою сукупність взаємозалежних методів, форм, інструментів, процесів і суб'єктів логістичного обслуговування в процесі товарно-матеріального руху відтворення [25, с.32].

Об'єктами логістичного обслуговування виступають конкретні споживачі логістичних потоків. Не залежно від етапу руху логістичних потоків, обслуговування має розглядатися з точки зору кінцевого споживача потоку. Формування систем логістичного обслуговування засноване на використанні певних методологічних принципів і методичних підходів. Тож, логістичне обслуговування функціонує на основі таких принципів, як еластичність, зручність, інформаційна віддача, раціональність тощо [6, с. 53].

Основними принципами системного аналізу стосовно синтезу системи логістичного обслуговування є:



Рис 1.1. «Основні принципи аналізу синтезу системи логістичного обслуговування»

Джерело: [Складено автором]

До основних методологічних принципів формування систем логістичного обслуговування споживачів можна віднести принципи:

- узгодженості інформаційних, ресурсних, технічних, кадрових, фінансових і інших характеристик системи обслуговування;
- стійкості системи;
- загального системного підходу;
- оптимізації, інтеграції і координації логістичних процесів;
- контролю над рівнем обслуговування споживачів;
- адаптивності системи.

Логістичні послуги мають особливі характеристики [1–11]:

- неможливість відчутти послугу «на дотик»;
- невіддільність від джерела;
- мінливість якості;
- адресність послуг;
- унікальність для одержувача;
- неможливість накопичення послуг;
- еластичність попиту;
- оперативність.

Усі різновиди послуг можна розподілити на три групи залежно від етапу, на якому вони надаються споживачу [11]:

- передпродажні, тобто роботи з формування системи логістичного обслуговування;
- роботи з надання логістичних послуг, які виконуються в процесі продажу товарів;
- післяпродажне обслуговування.

Послуги розподіляють традиційно на матеріальні та нематеріальні. Матеріальні логістичні послуги пов'язані з фізичним переміщенням товару. До них відносяться: транспортування, складування, операції з вантажопереробки матеріальних потоків. До нематеріальних логістичних послуг належать інформаційні, фінансові, консультаційні тощо [15, с. 213].

Під час формування систем обслуговування потрібно враховувати такі тенденції:

- зростання швидкості, збільшення інтенсивності та складності потоків, ускладнення схем фінансових розрахунків між партнерами в ланцюзі поставок;

- скорочення ланок ланцюга, зменшення кількості організаційно-економічних зв'язків у логістичних системах підприємств за одночасного їх ускладнення;
- зниження рівня надійності ланцюга за рахунок скорочення всіх видів запасів, упровадження концепції «точно у строк» [12, с.54].

Послідовність дій, що дають змогу сформувати систему логістичного обслуговування, така [17, с.168-169]:

- 1). Сегментація ринку споживачів в залежності від особливостей і потреб окремих споживачів логістичних послуг;
- 2). Оцінка логістичного та ресурсного потенціалу підприємства;
- 3). Визначення логістичної стратегії обслуговування споживачів;
- 4). Визначення переліку найбільш важливих для споживачів послуг;
- 5). Організація кадрового забезпечення;
- 6). Визначення стандартів послуг для окремих сегментів ринку;
- 7). Визначення рівня сервісу, необхідного для забезпечення конкурентоспроможності системи;
- 8). Проведення вартісного аналізу елементів послуг;
- 9). Організація матеріально-технічного та інформаційного забезпечення;
- 10). Вибір тактики ефективного обслуговування з урахуванням загальних витрат на обслуговування;
- 11). Корегування елементів логістичного сервісу залежно від попиту споживачів;
- 12). Установлення зворотного зв'язку зі споживачами послуг.

Основним завданням служб логістики є оптимізація рівня послуг із позиції загальних витрат та оптимізація з позиції користі для потенційних споживачів.

Необхідним є визначення переліку послуг, які обов'язково надаються різним групам клієнтів, і витрат на різні види послуг. Також необхідним є ранжування послуг за вартістю та попитом на них. Оптимальний рівень сервісу прямо залежить від рівня конкуренції на ринку даних товарів та від його особливих характеристик. Більшість підприємств намагається самостійно надавати логістичні послуги споживачам товарів, оскільки ця діяльність дає їм конкурентні переваги. Крім цього, на українському ринку з'явилася достатньо велика кількість компаній, які окремо надають логістичні послуги [30, с.42].

Основні логістичні послуги є багатовитратними, тому перед споживачами постає питання вибору типу організації логістичного сервісу. Чи буде доцільним самим надавати ці послуги, чи краще скористатися послугами компанії, яка надасть найбільш якісні послуги за оптимальною ціною.

До показників, які мають вплив на вибір споживачами компанії з надання логістичних послуг, можна віднести такі, як: ціна на послугу, надійність, якість обслуговування, рівень обслуговування, культура обслуговування, термін обслуговування, умови обслуговування, можливість консультивання, рівень інформування клієнтів, спектр послуг, зручне місце розташування, знижки, бонуси й програми лояльності тощо [28, с.133].

Додаткове регулювання потоку споживачів послуг зумовлене орієнтиром на логістичні принципи функціонування підприємства, які відповідають потребам клієнтів за складом, якістю, терміном та місцем виконання. Невідповідність кожного критерію може бути негативно сприйнята споживачем, зумовить відмову від послуги та відобразиться на іміджу підприємства [31, с.140].

РОЗДІЛ 2.

ДОСЛІДЖЕННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ ТОВ «ОЛВІТ»

2.1. Аналіз логістичного обслуговування споживачів на підприємстві

ТОВ «Олвіт»

ТОВ "Олвіт" є надійним постачальником новітнього обладнання і техніки для птахівницьких господарств, ферм, а також широкого асортименту запасних частин до них. Компанія вже 22 роки працює на ринку України і ближнього зарубіжжя.

Роком заснування ТОВ «Олвіт» став 1998 рік. На початку своєї роботи компанія ставила за ціль здобуття неперервного робочого процесу для забезпечення стабільного розвитку, якісного обслуговування та зростання прибутку компанії. В перші роки існування підприємство займалося в основному роздрібною та дрібно-оптовою торгівлею техніки та обладнання для птахофабрик на території України. Вже через 5 років керівництво ТОВ «Олвіт», прагнучи зміцнити свої позиції на ринку та залучити нових клієнтів, прийняло рішення розпочати диверсифікацію асортименту продукції та розширити «території» торгівлі.

Станом на 2020 рік, основний вид діяльності підприємства - оптова торгівля сільськогосподарською технікою, обладнанням і запасними частинами. Окрім українського споживача, ТОВ «Олвіт» отримує замовлення на свою продукцію від клієнтів з Польщі, Угорщини та країн Прибалтики. Асортимент підприємства нараховує більше 30 позицій [41].

ТОВ "Олвіт" пропонує:

- Устаткування для птахівницьких господарств, ферм:
 - системи ярусного типу та приладдя для вирощування птиці;
 - пташині клітки, вольєри та додаткове устаткування для них;

- інкубатори, брудери для птахівництва;
- устаткування для годівлі домашньої худоби та годівниці для птахівництва;
- поїлки, автопоїлки для птахівництва.
- Сушильні машини і обладнання для харчової промисловості:
 - машини та обладнання для переробки м'яса та нутрощів і виробництва ковбас;
 - установки для копчення м'яса, камери коптильні, кліматкамери для сиров'ялених продуктів;
 - машини та обладнання для переробки риби, моллюсків і морських водоростей;
 - промислові печі для копчення риби.
- Установки й устаткування для виробництва сидру:
 - сушильні установки для виробництва яблучного і грушевого сидру.

Попит на продукцію компанії невідмінно зростає, що напряму пов'язано з розвитком сільськогосподарської галузі в Україні. ТОВ «Олвіт» більшу частку продукції представляє в різних цінових категоріях, що дає змогу споживачам з будь-яким рівнем достатку задовольнити свої потреби. Тобто в асортименті компанії товар для себе може знайти, як велике виробниче підприємство (наприклад птахофабрика), так і маленьке приватне підприємство.

Таким чином, можна визначити, що основними цілями компанії вважаються:

- 1). Забезпечення стабільного зростання;
- 2). Задоволення потреб клієнтів;
- 3). Утримання статусу якісного виробника;
- 4). Підвищення кваліфікації персоналу на всіх рівнях;
- 5). Стимулювання для створення нових видів продукції;
- 6). Введення інновацій в технології управління матеріальними потоками.

Логістична діяльність ТОВ «Олвіт» є однією з основних допоміжних напрямків в діяльності підприємства, оскільки вона забезпечує надійні зв'язки зі

споживачами продукції, що реалізується, та навколишнім оточенням підприємства.

Організаційна структура управління логістичною системою підприємства визначається тією метою і завданнями, задля вирішення яких вона була створена. Її мета - максимізація прибутку на довготривалій період за рахунок ефективної участі в здійсненні логістичних функцій. Організаційна структура управління логістичною діяльністю ТОВ «Олвіт» постійно розвивається і вдосконалюється, пристосовується до змін у зовнішньому середовищі і сфері управління (рис. 2.1.)



Рис. 2.1. Організаційна структура логістичної системи обслуговування споживачів ТОВ «Олвіт».

Джерело: [Складено автором]

Відділ логістики підприємства виконує такі функції:

- контроль своєчасної доставки продукції споживачеві відповідно до замовлень і укладених договорів;
- своєчасне і якісне оформлення документації щодо збуту товару;
- облік виконання замовлень, відвантажень і залишків нереалізованої продукції;

- підтримання оптимального рівня витрат на оплату транспортно-експедиторських послуг;
- вживання заходів, щодо зниження витрат на складування, складські операції і ресурси;
- контроль стану запасів на складі та забезпечення мінімізації показників браку;
- вживання заходів, щодо раціонального використання транспорту і складського обладнання;
- управління запасами, аналіз динаміки продажів;
- контроль планування оптимального обсягу запасів, необхідного для безперервної реалізації та контроль якості товарного запасу;
- складання бюджету департаменту логістики.

Загалом департамент логістики на підприємстві дозволяє сконцентрувати зусилля підприємства з оптимізації величини запасів продукції, необхідних для ефективного функціонування торговельного підприємства.

Транспортно-експедиторська діяльність на підприємстві включає в себе комплексну систему робіт та послуг по доставці та перевезенні вантажу або товару від складів підприємства до роздрібних чи оптових магазинів, тобто споживачів за допомогою магістрального транспорту. На ТОВ «Олвіт» вся транспортно-експедиторська діяльність поділяється на 2 складові:

- 1) транспортна логістика, або транспортне обслуговування, що включає в себе забезпечення доставки товару, повного обслуговування вантажу та транспортних засобів, шляхом застосування аутсорсу.
- 2) оформлення відповідної документації, ордерів, страхування та торгових декларацій, а також контроль за виконанням доставок.

Такий простий поділ дає можливість легко контролювати та відслідковувати ефективність транспортно-експедиторської діяльності підприємства.

Для організації логістичного сервісу споживачів компанія використовує послуги логістичного оператора. Партнером, що забезпечує ТОВ «Олвіт» вантажними авто є ТОВ «Рабен Україна». Договір на користування найманим транспортом укладається між сторонами в письмовій формі відповідно до законодавства України за положенням ст. 798-805 Цивільного кодексу України. За підписаним договором між сторонами існує ряд правил та обов'язків щодо користування найманим транспортом, розглянемо деякі з них:

- договір на користування найманим автомобілем підписується на 6 років та зобов'язує ТОВ «Олвіт» своєчасно виплачувати зазначену суму за оренду авто. До кінцевої вартості оренди автомобіля входять такі статті витрат: - витрати на планове обслуговування авто, а також на непланові перевірки, що проводяться за ініціативою ТОВ «Рабен Україна» або ТОВ «Олвіт»;
- вартість оренди авто, що зазначена в договорі, яка визначається відповідно до марки та моделі автомобіля, року його випуску та внутрішньої комплектації;
- відсоток за надання послуг компанією ТОВ «Рабен Україна», що складає 8,2% від вартості транспортного засобу, оплачується у вигляді одноразової передоплати за весь термін користування найманим транспортом»;
- плата за страхування авто, що підписується між ТОВ «Рабен Україна» та страховою компанією за вибором власника авто;
- додаткові непланові витрати, що входять до загальної вартості послуги, у разі існуючої потреби.

ТОВ «Рабен Україна» повністю забезпечує підприємство найманим автотранспортом в кількості 3-х вантажівок марки ISUZU з вантажомісткістю в 5 тонн.

Варто розглянути переваги та недоліки використання аутсорсингу в логістичній діяльності підприємства.

Переваги та недоліки використання послуг логістичного оператора

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - відсутність великих разових капітальних вкладень; - високий рівень обслуговування; - широкий вибір моделей автомобілей; - дотримання договірних зобов'язань. 	<ul style="list-style-type: none"> - постійні виплати за надані послуги перевезення; - необхідність постійного контролю виконання умов договору; - збільшення ризиків; - переплачування за автомобіль; - низька гнучкість транспортних компаній з надання логістичних послуг; - паперові труднощі при виїзді закордон.

Джерело: [Складено автором]

Як бачимо, недоліки користування послугами логістичних операторів переважають над позитивними аспектами їх використання, це говорить про те, що потрібно замислитись про зміну партнера або відмову від найманого транспорту. Ринок компаній, що надають послуги з перевезення вантажів або оренди автотранспорту для підприємств чимало, але потрібно враховувати, що ціллю цих компаній є заробіток, саме тому у будь-якому разі користування послугами буде коштувати дорожче для ТОВ «Олвіт», бо ці витрати відносяться до постійних, а умови користування можуть з часом змінюватись, що є досить незручним фактом в управлінні матеріальними потоками.

Незручність використання найманого транспорту підкріплюється процесом вибору компанії, яка буде надавати автомобілі для власного користування, перед підприємством постає ряд задач та операцій з вибору партнера, такі як:

- надійність автомобілів;
- тарифи на користування;
- готовність компанії до зміни тарифу за переговорами;

- наявність додаткових послуг;
- фінансова стабільність компанії;
- договірні зобов'язання зі страховою;
- умови користування автомобілем;
- забезпечення обслуговування та інше.

Таким чином, цей процес є досить складним та затратним, оскільки компанія витрачає багато коштів як на пошук партнера так і на виплати за надані послуги. Саме тому буде доречно відмовитись від аутсорсингу в даній сфері діяльності підприємства. За договірними обов'язками ТОВ «Олвіт» має досить не вигідні умови користування орендованим транспортом, до них входить:

- система виплати за користування не передбачає викуп транспорту, по закінченню строку, компанія вимушена переоформляти договір та брати в користування новий транспорт;
- за умовами договору для ТОВ «Олвіт» виділяється новий автотранспорт випуску не пізніше ніж 2012 рік, це значно збільшує витрати, оскільки новий транспорт коштує дорожче ніж такий ж з пробігом;
- підприємство не має можливості напряму працювати зі страховою компанією, страхові послуги надаються з боку партнера ТОВ «Рабен Україна» і має не вигідні умови страхування авто;
- весь комплекс технічного забезпечення транспорту відбувається за рахунок ТОВ «Олвіт» без можливості вибору компанії-партнера.

Як бачимо, через відсутність повного керування страховими операціями ТОВ «Олвіт» має переплачувати за надані послуги та не має можливості отримувати бонуси при роботі з підрядчиками напряму.

2.2. Оцінювання рівня ефективності надання логістичного сервісу підприємством ТОВ «Олвіт»

Ефективність діяльності департаменту логістики можна оцінювати з використанням значної кількості критеріїв. До основних критеріїв слід віднести якісні та кількісні показники, а саме: результативність діяльності, оперативність виконання логістичних функцій, здійснення якісного обслуговування. Крім того, важливим показником результативності служби логістики є використання трудового потенціалу працівників [34].

Тому спочатку для оцінювання ефективності управління логістичним обслуговуванням ТОВ «Олвіт», більш доцільно буде виділити логістичні витрати із загальної суми витрат, а також розглянути функціональну класифікацію, поділяючи витрати на три основні групи: адміністративні витрати, витрати постачання та збуту. У табл. 2.2 представлені основні статті, які необхідно враховувати в діяльності підприємства.

Слід зазначити, що під логістичними витратами вважають витрати, пов'язані з рухом та зберіганням товарно-матеріальних цінностей від первинного джерела до кінцевого споживача. [31].

Проаналізуємо витрати відділу логістики ТОВ «Олвіт». Специфіка аналізу витрат у логістиці полягає в групуванні витрат не за структурними підрозділами торговельного підприємства, а за видами робіт та визначеними логістичними операціями.

Таблиця 2.3

Структура логістичних витрат ТОВ «Олвіт»

Група витрат	Статті витрат
Адміністративні витрати	- оформлення замовлення на виробництво продукції; - оформлення замовлення (упаковка, сортування, маркування тощо).

Витрати на постачання	- витрати по оформленню замовлення на постачання; - транспортні витрати;
Витрати на збут	- витрати на зберігання запасів готової продукції (складські витрати) - транспортування готової продукції.

Джерело: [Складено автором]

Для кращого розуміння стану системи логістичного сервісу на підприємстві та його подальшої оцінки, проаналізуємо витрати відділу логістики ТОВ «Олвіт», які наведено в табл. 2.4.

Таблиця 2.4

Структура логістичних витрат ТОВ «Олвіт»

за 2017-2019 рр., тис. грн.

Стаття логістичних витрат	2017	2018	2019	Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
				18/17	19/18	18/17	19/18
1. Витрати на закупівлю	243,6	312,5	523,2	68,9	210,7	28,28	67,42
2.Складські витрати	44,9	53,2	85,2	15,3	13	43,83	65,73
3.Витрати на транспортування	255,6	371,5	539,4	111,9	167,9	45,34	45,19
4.Витрати на збут	102,1	176,4	245,8	156,3	69,4	72,77	39,34
5.Витрати на логістичне адміністрування	18,7	32,1	40,7	13,4	8,6	71,65	26,79

Джерело: [Складено автором]

Відобразимо показники таблиці 2.2 на рис. 2.2

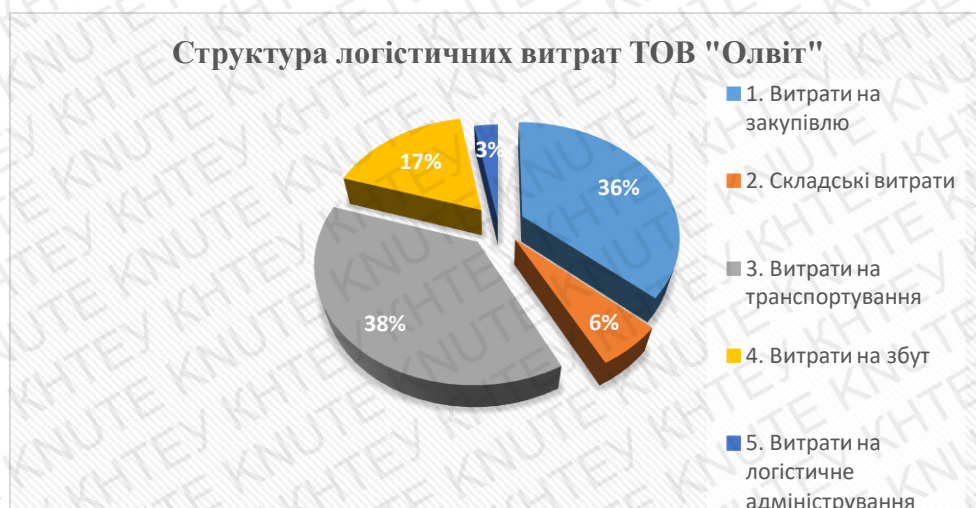


Рис.2.2. Структура логістичних витрат ТОВ «Олвіт» за 2017-2019 рр., %

Джерело: [Складено автором]

З діаграми бачимо, що найбільшу частку в системі логістичних витрат займають витрати на транспортування (38%), витрати на закупівлю (37%) та витрати на збут (17%).

Проаналізувавши таблицю 2.4, стає зрозуміло, що за останні 2 роки витрати постійно зростають, переважно це відбувається через збільшення попиту на продукцію, що зумовило зростання кількості замовлень, а отже і витрат на закупівлю. А оскільки доставку на склад для нас здійснює логістичний провайдер і ця вартість не входить в загальну ціну, то ми можемо спостерігати пропорційний зріст логістичних витрат на транспортування товару.

Як ми бачимо, на фоні стрімкого збільшення обсягів реалізації, витрати на збут мають також різкий характер, але в той же час, оскільки динаміка витрат на збут має коливальний характер (що спричинено більш раціональним використанням фінансів підприємства відведених на збут), то приріст витрат за останній рік значно менший за попередній. Складські витрати збільшилися пропорційно до зміни обсягів запасів на складах, за 2 роки на 48,3 тис. грн., або на 21,9%. При цьому, транспортно-складські витрати істотно впливають на

собівартість продукції, представляючи собою прямі накладні витрати на цю продукцію, що призводить в свою чергу до збільшення ціни.

Витрати на закупівлю збільшилися на 279,6 тис. грн. Як ми можемо бачити це найбільші витрати разом з витратами на транспортування. Збільшення витрат на закупівлю спричинено вищезгаданим збільшенням реалізованої продукції, що тягне за собою збільшення закупів та витрат на їх транспортування, збереження тощо.

Витрати на транспортування є також значними, оскільки до них включають [27, с.201]:

- 1) оплата тарифу (фрахту) за перевезення та розвантаження-навантаження вантажів (за умови, що такі витрати покладаються на покупця);
- 2) провізна плата з усіма додатковими зборами (крім штрафних санкцій), якщо такі витрати покладаються на покупця;
- 3) витрати на протипожежну та сторожову охорону при транспортуванні запасів до покупця транспортом (за умови, що такі витрати покладаються на покупця);
- 4) витрати з доставки та розвантаження на складах підприємства запасів, що надійшли (крім оплати праці постійних складських працівників, яка належить до витрат на утримання заводських складів).

В порівнянні з минулими роками, транспортні витрати зросли на 283,8 тис грн., що становить 45,34%.

На рис. 2.3 графічно зображено порівняння витрат за останні три роки

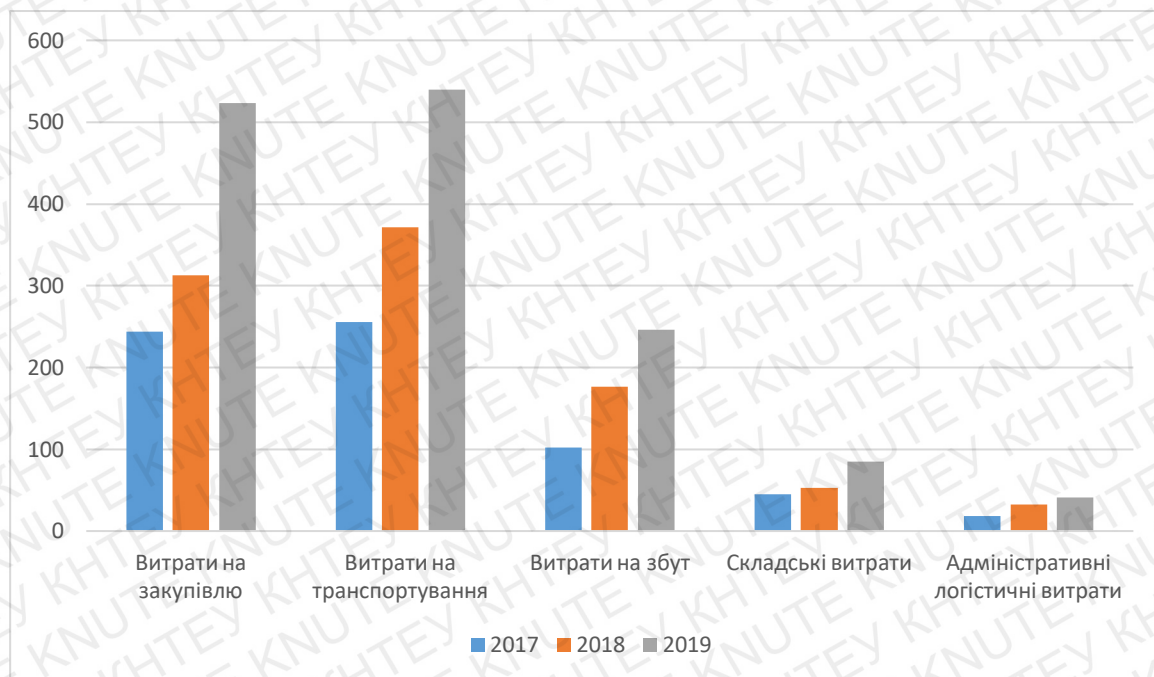


Рис.2.3. Динаміка логістичних витрат ТОВ «Олвіт» за 2017-2019 рр.

Джерело: [Складено автором]

Аналізуючи динаміку логістичних витрат на рис.2.3, можна спостерігати як різко зростають витрати на закупівлю та транспортування, причину чого було обґрунтовано вище.

В зв'язку з тим, що логістичні витрати підприємства не є стабільними, виникає потреба в аналізі, характеристиці та оцінці логістичної діяльності ТОВ «Олвіт».

Існує багато показників та коефіцієнтів для виміру ефективності надання логістичних послуг споживачам. Серед великого різноманіття, було обрано 5 основних, які допоможуть нам розібратися в економічній ефективності логістичної системи ТОВ «Олвіт».

Отже, проаналізуємо показники, що характеризують ефективність логістичної системи ТОВ «Олвіт» - табл. 2.5.

Пропоновані показники характеризують ефективність використання логістичних процесів підприємства [35].

Таблиця 2.5

Показники ефективності логістичної системи ТОВ «Олвіт» за 2017-2019рр.

Показник Рік	Значення			Абсолютне відхилення		Відносне відхилення, %	
	2017	2018	2019	18/17	19/18	18/17	19/18
Оборот логістичних активів	1,38	1,88	1,96	0,50	0,08	36,12	4,04
Оборотність запасів:							
кількість оборотів	31,69	47,37	23,20	15,68	-24,17	49,46	-51,03
тривалість одного обороту	11,52	7,71	15,73	-3,81	8,03	-33,09	104,20
Частка логістичних витрат в структурі загальних витрат	0,45	0,34	0,33	-0,11	-0,01	-24,63	-2,84
Рентабельність каналів збуту	0,15	0,16	0,20	0,01	0,04	9,88	22,26

Джерело: [Складено автором]

Оборот логістичних активів: Даний показник відображає швидкість обороту власного капіталу підприємства, тобто показує, скільки разів за аналізований період відбувається повний логістичний цикл, що приносить відповідний ефект у вигляді прибутку, розраховується за формуло (2.1) [24, с.110].

$$\text{Коб. л. а.} = \frac{\text{Чвп.}}{\text{Сл.а.}}, \quad (2.1)$$

де *Коб.л.а* – коефіцієнт оборотності логістичних активів;

Чвп – чиста виручка з продажів;

Сл.а. - середня вартість логістичних активів.

Розраховуємо:
$$\text{Коб. л. а.} = \frac{1\,361\,950}{694\,872} = 1,96$$

Оборотність запасів [24, с.267]:

- кількість оборотів;
- тривалість одного обороту.

Показник характеризує повернення авансованих оборотних коштів за період від часу нагромадження запасу до отримання готівки за реалізацію. Кількість оборотів розраховується за формулою (2.2).

$$K_{об.} = \frac{c/v}{C.c.o.k.}, \quad (2.2)$$

де $K_{об}$ – кількість оборотів;

c/v – собівартість реалізованої продукції;

$C.c.o.k.$ – середня сума оборотних коштів за певний період часу.

Розраховуємо:
$$K_{об.} = \frac{1\,131\,781}{48\,783} = 23,20$$

Тривалість одного обороту: показник показує період, за який відбувається повернення авансованих коштів, розраховується за формулою (2.3)

$$T = \frac{K_{дн}}{K_{об}} * 100, \quad (2.3)$$

де T – тривалість одного обороту;

$K_{дн}$ – кількість днів періоду;

$K_{об}$ – кількість оборотів.

Розраховуємо:
$$T = \frac{23,20}{147} * 100 = 15,73$$

Частка логістичних витрат в структурі загальних витрат: Показник характеризує вагомість витрат пов'язаних із різними видами логістичної активності, розраховується за формулою (2.4).

$$Чл.в. = \frac{З.л.в.}{Зл.}, \quad (2.4)$$

де Чл.в. - частка логістичних витрат в структурі загальних витрат;

Зл.в – загальні логістичні витрати;

Зв - сумарні витрати на виробництво та реалізацію продукції. Рентабельність каналів збуту.

Розраховуємо:
$$\text{Чл. в.} = \frac{91\,642}{30\,512} = 0,33$$

Показник, що характеризує вигідність та ефективність обслуговування конкретних каналів збуту, розраховується за наступною формулою (2.5) [25, с.31].

$$\text{Рк. з.} = \frac{\text{Зв}}{\text{Вд}}, \quad (2.5)$$

де Рк.з. – рентабельність каналів збуту;

Вд – валовий дохід;

Зв- сумарні витрати на реалізацію продукції.

Розраховуємо:
$$\text{Рк. з.} = \frac{30\,512}{150\,169} = 0,20$$

Отже, проаналізувавши логістичну діяльність підприємства, можна сказати, що система організації логістичного обслуговування підприємства знаходиться на відносно високому рівні. Показники фінансово-господарської діяльності ТОВ «Олвіт» знаходяться в межах норми. Підприємство ефективно управляє господарською діяльністю, та має великі перспективи до розвитку. Аналізуючи сильні та слабкі сторони підприємства, за допомогою SWOT-аналізу [Додаток А], спостерігається великий перелік переваг підприємства порівняно з конкурентами. До головних переваг підприємства можна віднести великий досвід підприємства в даній галузі виробництва, висока якість продукції та відпрацьовані бізнес процеси. Якщо розглядувати можливості підприємства, потрібно зазначити, що підприємство постійно розвивається в силу збільшення конкуренції на ринку. До можливостей підприємства також відносяться: розширення асортименту продукції, вдосконалення логістичної системи, постійне покращення

обслуговування тощо. Показники логістичної системи підприємства знаходяться на достатньому рівні та в оптимальних межах. Логістичні витрати підприємства мають доволі високий рівень, що спричинено постійним розвитком логістичної діяльності підприємства. Витрати на логістику займають левову частку в структурі загальних витрат підприємства. Оптимізуючи логістичну систему, можна досягнути значних переваг як на ринку збуту так і удосконалити внутрішні процеси, що призведе до підвищення конкурентоспроможності підприємства. Отже, розвиток підприємства знаходиться на відносно високому рівні та має всі можливості до ще більшого розвитку та підвищення конкурентоспроможності і позиціонування себе на ринку як потужного гравця.

РОЗДІЛ 3.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ ПІДПРИЄМСТВА

3.1. Розробка плану заходів з оптимізації логістичного обслуговування споживачів

Традиційно в економічній науці передбачається прагнення підприємства до мінімізації його витрат в процесі економічних відносин з ефективним розподілом ресурсів, виборі найбільш оптимального та бережливого напрямку їх використання. Незалежно від мети діяльності економічного суб'єкта, прибутковості, благодійних або соціальних завдань, єдиним критерієм для визначення ефективності оптимізаційного рішення пропонується саме ця теза щодо мінімізації ресурсів [22, с.224].

Аналіз структури витрат показав, що більша частина грошового фонду витрачається на оплату послуг з фізичного переміщення матеріальних потоків, а саме: використання найманого транспорту для здійснення доставки продукції від виробника на склад та її ж переміщення до споживача. Безперечно транспортні витрати відображаються і на ціні товару, а отже і на задоволеності споживача а також збільшенню попиту на продукцію підприємства. Саме через це виникає сильна залежність ТОВ «Олвіт» від умов та цін логістичного оператора.

Для того, щоб розірвати договір з логістичним провайдером та стати незалежними в цій сфері діяльності підприємства, ТОВ «Олвіт» має повністю забезпечити логістичний департамент фірми транспортом.

Таким чином, визначимо основні заходи щодо оптимізації логістичних витрат ТОВ «Олвіт»:

- відмова від користування послугами ТОВ «Рабен Україна» в сфері логістичної діяльності підприємства, а саме користування найманого автотранспорту;

- аналіз ринку авто-компаній та підбір потрібної кількості ТЗ для ефективного функціонування логістичного департаменту;
- організація автопарку на базі підприємства;
- введення системи страхування;
- розрахунок економічної вигідності даного проекту.

Очікувані результати впровадження заходів проекту:

- розвантаження роботи експедитора;
- спрощення системи організації замовлень;
- мінімізація випадків невчасних поставок товару, затримок;
- створення системи раціонального використання площі ТЗ.

Стратегічний потенціал запропонованого проекту полягає у трьох складових [23, с.322]:

- 1) Унікальність. Визначає здатність забезпечити покупця (підприємство) унікальною цінністю у вигляді продукції нової якості, особливих споживчих властивостей та після-продажного обслуговування.
- 2) Прибуток. Логістика впливає майже на кожен аспект формування прибутків і збитків фірм. Тому відповідні зміни в логістичній стратегії впливають на фінансові результати діяльності фірм і роблять свій внесок у забезпечення їхньої довгострокової життєздатності.
- 3) Якість. Постійне і стабільне удосконалення конкурентоспроможного продукту або послуги є важливою умовою для забезпечення стабільного розвитку, охоплення ринку, розвитку іміджу компанії та забезпечення прибутковості.

Таким чином, рішення щодо впровадження власного автопарку вантажних автомобілей на ТОВ «Олвіт» є раціональним оскільки, є більш вигіднішим, а ніж працювати за лізингом з сторонніми компаніями. Згадаємо переваги та недоліки використання найманого автопарку на ТОВ «Олвіт» (табл. 2.1). Підприємство

працює з компанією ТОВ «Рабен Україна», яка являється однією з крупніших підрядних компаній Європи. Українське представництво знаходиться в м. Київ. Послуги компанії мають досить велику вартість через митні операції, що проводяться з поставкою транспортних засобів для українських підприємств.

З впровадженням свого автопарку перед компанією постають певні управлінські задачі (табл. 3.6), які допоможуть забезпечити контроль над використанням транспорту та ефективніше використовувати ресурси.

Таблиця 3.6

Основні задачі управління власним автопарком

Експлуатаційні операції	Технічне обслуговування
<ul style="list-style-type: none"> - розробка плану по експлуатації транспортних засобів; - оптимізація структури парку; - планування собівартості перевезень; - контроль за виростанням транспорту. 	<ul style="list-style-type: none"> - планування обслуговування; - планування потреби у запчастинах та їх поставка; - контроль за експлуатаційним часом авто; - планування інвестування.
Фінансове планування забезпечення якості	

Джерело: [Складено автором]

Проаналізувавши ринок авто-компаній (табл. 3.7), було виявлено, що найбільш доречною буде співпраця з офіційним дилером «MAN».

Аналіз ринку офіційних дилерів легкових автомобілів України

Критерій	Представники транспортних компаній		
	ТОВ «Автокрай Україна» (ТМ «Renault»)	ТОВ «Єврокар» (ТМ «MAN»)	ЧАО «АвтоКапітал» (ТМ «Mercedes- Benz»)
Тип представництва	Посередницьке	Посередницьке	Посередницьке
Мінімальна ціна автомобіля, грн	981 180	1 095 900	1 455 783
Гарантія від виробника	+	+	+
Забезпечення оригінальними деталями через дилера	-	+	+
Співпраця з обслуговуючими компаніями	-	+	+
Можливість зміни стандартної комплектації	-	+	+

Джерело: [Складено автором]

Можна визначити основні переваги співпраці з ТОВ «Єврокар»:

- в Україні є офіційний дилер ТМ «MAN» - ТОВ «Єврокар»;
- співпраця з офіційним представництвом дає можливість уникнути переплат за авто;
- прямі договори між ТОВ «Олвіт» та ТОВ «Єврокар» з приводу планового технічного забезпечення;
- легка доступність у введенні переговорів на території однієї країни;
- можливість отримати бонуси при укладенні договорів у вигляді додаткової комплектації або знижки на планове технічне забезпечення;

- ТОВ «Єврокар» успішно співпрацює з іншими великими підприємствами України; - страхування від офіційного дилера та інше.

ТОВ «Єврокар» пропонує придбати авто по ціні 1 095 900 грн.

Оскільки на даний момент ТОВ «Олвіт» винаймає у ТОВ «Рабен Україна» 3 автівки «ISUZU» вантажомісткістю 5 тонн, а «MAN» має вантажомісткість 10 т, то більш доцільно було б придбати 2 вантажівки «MAN». Це також дозволило б ТОВ «Олвіт» скоротити кількість водіїв, а отже, зекономити.

Важливу роль в придбанні авто відіграє його страхування, оскільки воно забезпечує виплати у разі аварій чи пошкодження транспорту незалежно від того, яка сторона винна в цьому. ТОВ «Олвіт» відповідально відноситься до питань страхування та співпрацює з лідером страхової діяльності України - страховою компанією АТ «СК» «АХА Страхування».

За укладеними договорами існує декілька переваг, які надає компанія, а саме [36]:

- надання замінного транспорту у разі непередбаченої несправності основного авто;
- можливість зміни договірних умов до закінчення строку договору;
- регулярні технічні перевірки авто;
- своєчасне покриття збитків за встановленими умовами;
- швидке реагування на запит.

Існує декілька видів страхування, якими може скористатися ТОВ «Олвіт». Перший тип страхування – ОСАГО; це обов'язковий вид страхування, якому підлягають всі транспортні засоби на підприємстві. Він розшифровується як обов'язкове страхування автомобільної цивільної відповідальності. Головним словом в цьому визначенні є відповідальність, оскільки до страхування підлягає не автомобіль а відповідальність власника авто за інші транспортні засоби. Власне

в такому авто повинно підтягатись ремонту за власні кошти, якщо немає іншого виду страхування на нього, наприклад КАСАГО.

Страхування КАСАГО – це добровільний вид страхування автомобіля на відмінну від ОСАГО. Ключовим словом є – добровільно, тобто не примушене з точки зору законодавства України про страхування транспортних засобів. До питання оформляти чи ні коліс КАСАГО ТОВ «Олвіт» відноситься позитивно, та рахує цей вид страхування таким же важливим як і ОСАГО.

Існує декілька видів цього страхування [33]:

- повне страхування (сюди входить збиток авто або його викрадення); - часткове (розкрадання авто або частково нанесений збиток). Тобто, якщо автомобіль викрали, страхова компанія повністю виплачує ту суму на яку воно було застраховане. Також сюди входить покриття в разі пошкодження транспортного засобу під час ДТП, пожежі, стихійних лих, пошкодженню третіми особами або ж повне знищення транспорту та інше.

Вартість ОСАГО постійна, вона залежить від потужності транспортного засобу, території користування та стажу водія. Вартість КАСАГО може змінюватись під впливом різних зовнішніх факторів. А також дає можливість отримати виплату в тих випадках, що не передбачені полісом ОСАГО.

Таким чином, пропонується нова система організації логістичного обслуговування, а саме: створення власного автопарку на заміні орендованого транспорту; оформлення додатковго типу страхування – КАСАГО, що має свої бонуси; організація внутрішньої перевірки водіїв.

3.2. Економічне обґрунтування ефективності проекту удосконалення логістичного обслуговування споживачів шляхом організації власного автопарку

Для удосконалення логістичної діяльності підприємства ТОВ «Олвіт» було запропоновано використати такі шляхи оптимізації: відмовитися від послуг аутсорсингової компанії; створити власний автопарк; зменшити кількість персоналу (водіїв). Щоб оцінити доцільність запропонованого проекту, потрібно порівняти логістичні витрати підприємства до та після впровадження заходів удосконалення організації логістичного обслуговування споживачів.

За політикою компанії ТОВ «Олвіт» має забезпечувати своїх споживачів вчасною та безкоштовною доставкою, проте ціна перевезення безпосередньо включається в загальну ціну товару і впливає на вибір клієнта. Зараз, на підприємстві немає свого автопарку з автомобілями для власного користування. Тому, підприємство вимушене користуватись послугами сторонніх компаній.

Для обґрунтування доцільності впровадження проекту по створенню власного автопарку порівнюємо витратну складову обох варіантів.

Відповідно до договору між ТОВ «Рабен Україна» та ТОВ «Олвіт» визначимо загальну сумарну плату за наймані транспортні засоби (табл. 3.5). Враховуючи те, що вартість одного найманого автомобіля марки ISUZU коштує 297 631 грн, страхування за авто (ОСАГО) складає 537 грн за 1 авто в місяць, технічне обслуговування обходиться в 3 000 за одне планове обслуговування раз в пів року.

**Витрати ТОВ «Олвіт» на оренду транспортних засобів у ТОВ «Рабен
Україна»**

Стаття витрат	Витрати за 1 рік, тис грн	Витрати за 6 років, тис грн
Виплата за транспортний засіб	892 893	5 357 358
Виплата за надання послуг	110 000	660 000
Плата за страхування (ОСАГО)	19 332	115 992
Витрати на планове тех. Обслуговування	18 000	108 000
Всього	1 104 225	6 241 350

[Складено автором]

Таким чином, ми бачимо, що підприємство замість одноразової виплати за 3 вантажівки вартістю по 297 631 грн та в сумі 892 893 тис. грн виплачує 1 104 225 грн за 1 рік. Враховуючи те, що договір про наймання транспорту підписується на 6 років, підприємство виплачує 6 241 350 грн. Не враховуючи витрати на технічне обслуговування та страхування підприємство переплачує 660 000 тис. грн за надання найманого транспорту.

При придбанні свого автопарку підприємство як мінімум збереже 660 тис. грн, та отримає бонуси при заключенні прямих договорів зі страховою, договорів з компаніями по транспортному обслуговувані. Розглянемо бонуси, які можливі при укладанні договорів зі страховою компанією та іншими партнерами (табл. 3.6). Для цього, зазначимо всі види страхових договорів та плату за них в порівнянні для автомобілей ISUZU, що використовується на підприємстві та MAN, що пропонується у впроваджуваному проекті.

Порівняльна характеристика витрат на оренду ТЗ та організацію власного автопарку з урахуванням можливих бонусів(в розрахунку на 1 автомобіль)

Показник	Тариф для марки ISUZU (найманий автопарк)	Знижки при використанні свого автопарку	Тариф для марки MAN(власний автопарк)
Вартість транспортного засобу, грн	291 631	-	1 095 900
Плата за страхування (ОСАГО), грн	537	Якщо за рік немає ДТП існує бонуси на страхування на наступний рік	12 054
Плата за страхування (КАСАГО), грн	20 358		87 672
Витрати на планове тех. обслуговування	3 000	Знижка 7%	2 790

[Складено автором]

При укладанні договору зі страховою компанією ТОВ «Олвіт» має деякі бонуси. Так, якщо за рік не було жодних аварій або ж аварії були, але не по вині водія підприємства, тоді страхова компанія надає компанії невелику знижку на послуги на наступний рік. Адже за умовами будь-якого страхового полісу у разі перевищення ліміту аварій по вині з боку ТОВ «Олвіт», підприємство має сплачувати збільшений тариф на невизначений відсоток, ставка якого залежить від кількості аварій та нанесеному збитку транспортному засобу. Аналізуючи випадки ДТП на ТОВ «Олвіт», можна сказати, що така система співпраці зі страховою компанією АТ «СК» «АХА Страхування» є досить вигідною, адже підприємство піклується про безпеку водіїв, транспортних засобів та товару. Саме тому, кожні 3 роки всі водії, а також керівники, що користуються транспортними засобами проходять планову внутрішню перевірку на знання правил дорожнього руху. На рис. 3.5 представлена статистика випадків ДТП на ТОВ «Олвіт», яка

підтверджує корисність впровадження таких заходів для працівників

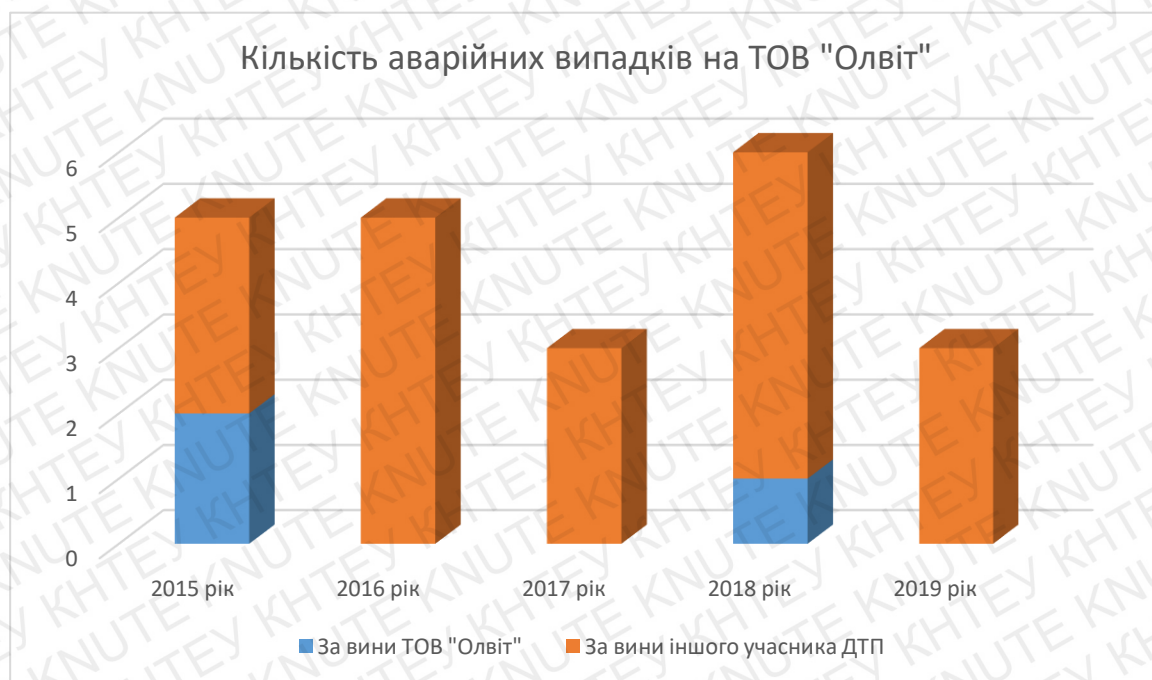


Рис. 3.5. Статистика аварійних випадків на ТОВ «Олівіт» за 2015-2019 рр.

[Складено автором]

Як бачимо, за умови наявності власного автопарку, підприємство буде мати певні бонуси у всіх аспектах обслуговування транспортних засобів. Таким чином, актуальність впровадження інсорсингу полягає у отриманні можливості економії як за рахунок знижок від прямих партнерів так і за рахунок економії на щорічних виплатах компанії ТОВ «Рабен Україна», що надає найманий транспорт.

Спочатку ми розраховуємо економічний ефект від реалізації проекту застосовуючи принципи, які використовуються для звичайних проектів. Для цього ми визначимо ставку дисконтування проекту:

- індекс інфляції – 8,7 % ;
- премія за ризик – 3% ;
- безризикова процентна ставка – 7,3% .

Отже, ставка дисконтування становить 19%. Для розрахунку економічної ефективності використаємо наступні формули [40] :

- Чистий дисконтований дохід:
$$NPV = \sum_{k=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^k} - IC \quad (3.6)$$

- Індекс прибутковості:
$$PI = \sum_{k=1}^n \frac{Bt - Ct}{(1+i)^k} / IC \quad (3.7)$$

Де, В – вигоди проекту; С – витрати проекту; і – ставка дисконтування; n – тривалість проекту; IC – інвестиційні вкладення; CFt – чистий грошовий потік.

Постає необхідність прорахувати всі ці показники та приблизний термін окупності даного проекту.

Відповідно до проведених розрахунків: $NPV = 0,283$ – цей показник більше 0, а отже означає, що проект привабливий для вкладення коштів і має принести прибутки вище середніх;

$PI = 1,136$ – показник більше 1, а отже можемо зробити висновок, що він має бути ефективним [14, с. 13-14].

За розрахованими статтями витрат, та при умові отримання додаткових бонусів (див. таб. 3.6) повністю проект буде коштувати для ТОВ «Олвіт» - 2 396 832 грн. При наявній системі експедирування та відсутності свого автопарку підприємство виплачує 1 104 225 грн за рік у вигляді оплати за користування транспортом та послуги логістичного провайдера ТОВ «Рабен Україна» та 6 241 350 грн (за 6 років) відповідно договору. Тоді, розрахуємо термін окупності впровадженню на підприємства власного автопарку:

$$T = \frac{V_p}{(V_n/t)} \quad (3.8),$$

де T – термін окупності проекту;

V_n – Вартість найманого транспорту;

t – кількість років за договором;

V_p – витрати на проект;

Розрахуємо:

$$T = \frac{1\,104\,225}{2\,396\,832/6} = 2,7 \text{ років}$$

Прорахувавши окупність проекту, було враховано витрати до впровадження проекту, які будуть відсутні після його впровадження. Отримаємо, що організація власного автопарку окупається підприємству через 2,7 років, що є досить приємним результатом, оскільки амортизація для транспорту складає 10 років.

Отже, впровадивши запропонований проект, ми даємо змогу підприємству досягти максимального розвитку. Завдяки оптимізації логістичної системи ціна на товар буде стабільною, а система поставки товару зі складів до споживачів значно покращиться і задоволення потреб споживача буде виконано в максимальній мірі. Таким чином ми утримаємо постійних клієнтів та залучимо нових.

ВИСНОВКИ

У результаті дослідження питання організації якісного обслуговування споживачів на підприємстві, слід зазначити, що в сучасному економічному середовищі, під час постійної трансформації економіки України важливим аспектом управління являється логістика, адже ця діяльність відіграє ключову роль в збуті товару.

Обслуговування споживачів має бути адаптованим до змінних вимог різних сегментів ринку, тому не існує єдиного універсального переліку елементів обслуговування споживачів — кожний ринок керується своїми особливостями й акцентує увагу на тих чи інших елементах обслуговування.

Об'єктом логістичного сервісу є з одного боку, матеріальний потік (сам товар у його фізичній формі), а з іншого — конкретні споживачі матеріальних потоків (населення, підприємства, торговельні посередники, окремі підрозділи підприємства).

В контексті торговельного підприємства ця діяльність розглядається з усіх сторін транспортування та експедирування товару за допомогою операторської підтримки та використанню спеціальної інформаційно-технічної бази. В дипломній роботі при вивченні питання організації логістичного обслуговування споживачів на підприємстві було виконано такі завдання: 1. Визначення сутності та транспортно-експедиторської діяльності в контексті логістичного менеджменту, а також виділення методології оцінювання рівня розвитку транспортно-експедиторської діяльності на підприємстві. 2. Проведено детальний аналіз логістичної діяльності підприємства ТОВ «Олвіт», а також проведено оцінку ефективності надання логістичного сервісу на ТОВ «Олвіт». 3. Розроблено основні рекомендації щодо удосконалення організації клієнтського обслуговування в логістичній діяльності ТОВ «Олвіт» та обґрунтування доцільності впровадження цих заходів на підприємстві. 4. В роботі було виявлено основну проблему, що пов'язана з нераціональним використанням коштів на

підприємстві в сфері оплати транспортних послуг, а саме великі витрати на переплату в сфері найманого транспорту та витрат по ньому. Найбільш ефективним рішенням виявленої проблеми є обґрунтування доцільності введення свого вантажного автопарку. Запропоноване рішення удосконалення транспортно-експедиторської діяльності ТОВ «Олвіт» є економічно обґрунтованим та допомагає оптимізувати витрати на логістичну діяльність та впровадити більш раціональне використання часу на поставки товару. Для підтвердження цього, в роботі було проведено детальний аналіз раціональності запропонованих заходів оптимізації процесів та витрат в транспортно-експедиторській діяльності ТОВ «Олвіт».

Таким чином, реалізація даного проекту допоможе підприємству підвищити якість обслуговування клієнтів та зменшити постійні витрати на транспорту діяльність підприємства. Вивчивши процес управління транспортно-експедиторською діяльністю, було виявлено, що її процеси направлені на максимізацію задоволеності потреб споживача. Тобто, своєчасність поставок та раціональне використання часу працівників та клієнтів стають переважним фактором в дистрибуції товару, адже конкуренція на ринку сільськогосподарської продукції зростає кожного року.

Отже, діяльність підприємства повинна бути направлена на постійне вдосконалення існуючих процесів, а також пошук можливих заходів, що допоможуть оптимізувати витрати на доставку вантажу без втрати якості обслуговування.

Як підсумок, можна стверджувати, що важливим етапом в оптимізації поставки товару для ТОВ «Олвіт» є зменшення постійних витрат на найманий транспорт, що допоможе підприємству в подальшому економічному розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власова І.О., Пономарьова Ю.В. Формування ефективної закупівельної політики підприємств роздрібної торгівлі: Навч. посіб. – Харків, 2003. – 144 с.
2. Гелета І.В., Калинська Е.С., Кофанов А.А. Економіка організації (підприємства): навчальний посібник. К.: Магістр, 2017. 303с.
3. Дибська В.В., Анікін Б.А. Логістика М., 2012.367с.
4. Нагорний Є.В. Транспортно-експедиторська діяльність / Є.В. Нагорний, Д.В. Ломотько, Н.Ю. Шраменко та ін.: підручник. – Х.: ХНАДУ, 2017. – 352 с.
5. Ковальова Е.І., Нова функція на «старому» виробництві // Логістика і система. №1., 2014. С. 12-15
6. Коллінз Дж., Успіх компаній, володіючих логістичним баченням / Джим Коллінз, Джеррі Поррас; Стокгольмська школа економіки. - 2-е вид., 2015. - 349 с.
7. Коломійцев Г.О., Досвід організації виробничої логістики // Логістика і система. №1.- 2014., С. 23-27.
8. Коток М.В. Аутсорсинг логістичних функцій торговельних підприємств / М.В. Коток // Товари і ринки . – 2011. – № 2. – С. 36-45.
9. Крикавський Є.В., Промисловий маркетинг: Підручник / Є. Крикавський, Н. Чухрай, - 3-ге вид. - Львів: Вид. НУ «Львівська політехніка», 2019. - 472 с.
10. Крикавський Є.В., Логістичне управління: Підручник - Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2018. - 684 с.
11. Крикавський Є.В., Логістика. Для економістів. Підручник / Є. Крикавський. - Львів: Вид. Нац. універ. «Львівська політехніка», 2017. - 448 с
12. Крикавський Є.В., Логістика. Основи теорії: Підручник / Є. В. Крикавський. - Львів: Національний університет «Львівська політехніка» (інформаційновидавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «ІнтелектЗахід», 2017. - 416 с.
13. Крістофер М., Маркетингова логістика / М. Крістофер, Х. Пек. - М.: Технології, 2015. - 200 с.
14. Лепейко Т. І., Методичний підхід до вимірювання результативності діяльності компанії при оцінці її ефективності / Т. І. Лепейко, А. В. Котлик // Економіка розвитку. - 2015. - №2. - С. 13 - 16.
15. Мазаракі А.А., Москвітін Т.Д., Торопков та ін., - Комерційна логістика: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл./ за ред. А.А. Мазаракі. – К.: КНТЕУ, 2014. -652 с.

16. Палагін Ю.І. Логістика. Планування і управління матеріальними потоками. Л.: Політехніка, 2016. 630 с.
17. Паласюк Б. Логістичне управління підприємством: сутність і основні принципи / Б. Паласюк // Галицький економічний вісник. – 2019. – № 3(36). – С. 166-170.
18. Пономаренко В. С., Таньков К. М., Лепейко Т. І. Логістичний менеджмент: Підручник / В. С. Пономаренко, К. М. Таньков, Т. І. Лепейко. За ред. д-ра екон. наук, проф. В. С. Пономаренка - Х.: ВД «ІНЖЕК», 2010. - 440 с.
19. Сич Є. Формування транспортно-експедиційних послуг логістичного центру / Є. Сич, О. Кірюхіна // Збірник наукових праць. – К.: КУЕТТ, 2013. – Вип. 7. – С. 19–27.
20. Терентьев П.А., Классификации і модели логистики возвратных потоков // Логистика сьогодні. - 2017. - № 4(40). - С. 242-251.
21. Ткачова А.В., Логістичні витрати як критерій оптимізації логістичного управління / А.В. Ткачова // Наукові праці ДонНТУ. Серія «Економічна»: зб. наук. пр. – 2009. – Вип. 36-2. – С. 88-93.
22. Тридід О.М., Таньков К.М., Логістичний менеджмент : навчальний посібник / За ред. проф., д-ра екон. наук О.М. Тридіда. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2015. – 224 с.
23. Фролова Л.В., Механізм логістичного управління торговельним підприємством : монографія. – Київ, 2017. – 322 с.
24. Чернописька Н.В., Методичні підходи оцінювання логістичної діяльності підприємства / Н.В. Чернописька // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Серія «Логістика». – № 623. – 2018. – С. 265-271.

Видання іноземною мовою:

25. Diagnostyka procesów. Modele. Metody sztucznej inteligencji. Zastosowania, pod red. J. Korbicza, J.M. Kościelnego, Z. Kowalczyka, W. Cholewy, WNT, Warszawa, 2017, s. 31.
26. Dwiliński L., Zarys logistyki przedsiębiorstwa, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa, 2016, s.112.
27. H.Ch. Pfohl, Zarządzanie logistyką, Biblioteka Logistyka, Poznań, 2018, s. 201.
28. Kolodka, Y.V., "Features and optimization of logistics enterprises of the agricultural sector", Innovatsiina ekonomika, vol. 2 (51), 2020, pp. 131-136.
29. Kosieradzka A., Lis S., Produktywność. Metody analizy i tworzenia programów poprawy, Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa, 2017, s.132.
30. Krawczyk S., Zarządzanie procesami logistycznymi, PWE, Warszawa, 2011, s.42.

31. Pietras P., Szmit M., Zarządzanie projektem. Wybrane metody i techniki, Oficyna KsięgarskoWydawnicza „Horyzont”, Łódź 2013, s. 140.

Електронні ресурси:

32. Економічні показники [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: www.finalon.com/slovník-ekonomichnikh-pokaznikiv/288.

33. Загальні засади автостраховання [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: <https://i.factor.ua/ukr/journals/bb/2019/october/issue-39/article-105021.html>.

34. Логістична діяльність та її складові [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: http://elar.khnu.km.ua/jspui/bitstream/123456789/4973/1/rozdil_5.pdf

35. Оцінка рівня логістичного сервісу [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://pidru4niki.com/68030/logistika/otsinka_rivnya_logistichnogo_servisu.

36. Показники оцінювання логістичних систем [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: visnyk-onu.od.ua/journal/pdf.

37. Страхова компанія АХА в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: URL: <https://axaukraine.com/company/axa-in-ukraine/>

38. Теоретичні принципи логістичного обслуговування споживачів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: <http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/16432/1/%D0%9C%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%9A.%D0%92.%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%82%D1%8F.pdf>.

39. Товариство з обмеженою відповідальністю "Олвіт" [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурса: <https://youcontrol.com.ua/contractor/?year=2019&id=21139434&tb=financial-statements>.

40. Череп А.В. Ефективність як економічна категорія [Електронний ресурс] / А.В. Череп, Є.М. Стрілець // Ефективна економіка. – Режим доступу до ресурса: <http://www.economy.nayka.com.ua/>.

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А. SWOT –аналіз ТОВ «Олвіт»

Сильні сторони	Слабкі сторони
<ol style="list-style-type: none">1. Достовірний аналіз ринку.2. Стабільне сприятливе фінансове становище.3. Постійний контроль якості, висока якість пропонованої продукції.4. Висококваліфікований персонал.5. Потужні внутрішні джерела фінансування.6. Чітко сформульована стратегія подальшого розвитку бізнесу.7. Надійна мережу розподілу, гнучка політика продажів.	<ol style="list-style-type: none">1. Стратегія компанії може стати частково нездійсненою.2. Продукція компанії, як правило, має більш високу вартість у порівнянні з конкурентами на місцевих ринках, що викликано унікальністю технологій та якістю логістичного обслуговування.
Можливості	Загрози
<ol style="list-style-type: none">1. Розширення асортименту, впровадження нових розробок.2. Зростання рівня попиту на продукцію.4. Удосконалення технологій виробництва.5. Зниження цін за рахунок вдосконалення логістичного обслуговування, стабільного сприятливого фінансового положення, низького ступеня ймовірності банкрутства.6. Завоювання частки ринку у конкурентів за рахунок довіри споживачів, високого рівня іміджу компанії	<ol style="list-style-type: none">1. Послаблення зростання ринку, обумовлене його насиченням.2. Існування великої кількості конкурентів на ринку з товарами нижчої вартості.3. Нестабільність економічного стану країни.4. Втрата деякого відсотку частки ринку.5. Швидкий розвиток слабких конкурентів

Звіт про фінансові результати за 2019 р.

І. ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Стаття	Код рядка	За звітний період	За аналог. період поперед нього року
1	2	3	4
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	1 361 950	1 370 448
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	()	(1 050 610)
Валовий: прибуток	2090	230 169	319 838
збиток	2095	()	()
Інші операційні доходи	2120	103 952	29 354
Адміністративні витрати	2130	(28 037)	(25 965)
Витрати на збут	2150	(18 164)	(27 689)
Інші операційні витрати	2180	(108 709)	(45 891)
Фінансовий результат від операційної діяльності: прибуток	2190	179 211	249 647
збиток	2195	()	()
Дохід від участі в капіталі	2200		
Інші фінансові доходи	2220		
Інші доходи	2240	378 186	173 285
Фінансові витрати	2250	(60 608)	(48 131)
Втрати від участі в капіталі	2255	(411 650)	(272 669)
Інші витрати	2270	85 139	102 132
Фінансовий результат до оподаткування: прибуток	2290	()	()
збиток	2295	()	()
Витрати (дохід) з податку на прибуток	2300	(12 348)	(21 887)
Прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування	2305		
Чистий фінансовий результат: прибуток	2350	72 791	80 245
збиток	2355	()	()