



Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут
бізнес-технологій «УАБС»

І. Є. Ярова

МІЖНАРОДНІ ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ

Конспект лекцій

Суми
Сумський державний університет
2020

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Навчально-науковий інститут
бізнес-технологій «УАБС»

МІЖНАРОДНІ ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ

Конспект лекцій

для студентів денної форми навчання
спеціальності 292 *«Міжнародні економічні відносини»*

Затверджено
на засіданні
кафедри міжнародних економічних відносин
як конспект лекцій
із дисципліни «Міжнародні логістичні послуги».
Протокол № 12 від 28.04.2020.

Суми
Сумський державний університет
2020

Міжнародні логістичні послуги : конспект лекцій / укладач
І. Є. Ярова. – Суми : Сумський державний університет, 2020. – 107 с.

Кафедра міжнародних економічних відносин ННІ БТ «УАБС»

ЗМІСТ

| | С. |
|---|-----------|
| Перелік умовних скорочень..... | 5 |
| Вступ..... | 6 |
| Тема 1. Основи міжнародної логістики та логістичних послуг..... | 9 |
| 1.1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної логістики.. | 9 |
| 1.2. Логістика в системі управління підприємством | 14 |
| 1.3. Основні дефініції та складові системи логістичних послуг сучасного підприємства | 17 |
| 1.4. Основи ринку міжнародних логістичних послуг | 21 |
| Тема 2. Міжнародний логістичний сервіс у системі управління логістичними потоками..... | 26 |
| 2.1. Логістичні потоки в системі міжнародних логістичних послуг..... | 26 |
| 2.2. Логістичне сервісне обслуговування | 29 |
| 2.3. Оптимізація логістичних витрат у системі міжнародних логістичних послуг..... | 36 |
| Тема 3. Організаційний механізм міжнародних логістичних послуг..... | 42 |
| 3.1. Міжнародний логістичний сервіс | 42 |
| 3.2. Класифікація міжнародних логістичних послуг | 43 |
| 3.3. Організаційний механізм міжнародного логістичного сервісу..... | 45 |
| 3.4. Критерії оцінювання якості міжнародного логістичного сервісу..... | 47 |
| Тема 4. Організаційно-правові засади здійснення міжнародних логістичних послуг | 50 |
| 4.1. Правовий аспект здійснення міжнародних логістичних послуг..... | 50 |
| 4.2. Фінансові проблеми під час здійснення міжнародних логістичних операцій..... | 53 |
| 4.3. Особливості розвитку логістичного аутсорсингу в Україні | 56 |

| | |
|---|-----|
| Тема 5. Розподільча логістика та логістика посередництва | 63 |
| 5.1. Роль розподільчої логістики у сфері надання міжнародних логістичних послуг..... | 63 |
| 5.2. Логістичні посередники в контексті міжнародних логістичних послуг..... | 68 |
| 5.3. Distribution requirement planning (DRP) у системі міжнародних логістичних послуг..... | 74 |
| 5.4. Розподільчі центри у міжнародних логістичних ланцюгах | 77 |
| Тема 6. Тенденції та особливості розвитку міжнародного ринку транспортних логістичних послуг | 86 |
| 6.1. Загальна характеристика транспортно-експедиційних послуг..... | 86 |
| 6.2. Провайдери міжнародних транспортних логістичних послуг | 90 |
| 6.3. Організація здійснення транспортно-експедиційних операцій | 93 |
| 6.4. Глобалізація міжнародного ринку транспортних логістичних послуг..... | 98 |
| Список літератури..... | 104 |

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

TEN – Trans European Network - Транс'європейська мережа.

TINA – Transport Infrastructure Needs Assessment – оцінювання потреб транспортної інфраструктури.

TIRS – Transport Infrastructure Research Studies – дослідження транспортної інфраструктури.

PEC – Pan-European (Transport) Corridors – Пан'європейські (транспортні) коридори.

CRL (Commodity Response Logistics) – логістика товарних потоків.

SRL (Service Response Logistics) - логістика сервісних потоків.

3PL (Third-Party Logistics Providers) – логістичні провайдери «третьої сторони».

DRP (Distribution requirement planning) – система управління та планування розподілу продукції.

MRP (Material Requirements Planning) – планування потреби в ресурсах (матеріалах).

ВСТУП

Одним із важливих феноменів теперішнього часу є глобалізація. Міжнародний поділ праці та кооперація привели до створення великої кількості транснаціональних компаній і фінансово-промислових груп, які використовують у бізнесі міжнародні логістичні ланцюги.

Саме великі міжнародні транспортно-логістичні фірми, страхові компанії, що використовують глобальні інформаційно-телекомунікаційні мережі сприяють розвитку міжнародної логістики.

Ефективність впровадження міжнародної логістики на підприємстві може бути оцінена на підставі різних критеріїв, зокрема таких найважливіших, як:

- 1) величина та структура експорту та імпорту з країнами-членами ЄС та іншими державами;
- 2) кількість постачальників сировини та напівфабрикатів і отримувачів готової продукції – вітчизняних та закордонних;
- 3) критерії вибору постачальників;
- 4) вид співпраці з контрагентами з поділом на постійний та сезонний (тимчасовий);
- 5) рівень аутсорсингу в логістичному обслуговуванні підприємства;
- 6) участь логістичних послуг у всіх формах логістичного, транспортного та експедиторського обслуговування;
- 7) форми транспортного обслуговування;
- 8) методи складування та обслуговування запасів.

Основною метою вивчення курсу «Міжнародні логістичні послуги» є формування у майбутніх фахівців системних знань і розуміння концептуальних основ щодо особливостей надання послуг

споживачам у різних сферах з урахуванням логістичної складової, навички визначення та оптимізації витрат в логістиці послуг, формування та управління системами логістики послуг, застосування теоретичного базису для прийняття конкретних управлінських рішень, досвід аналітичного мислення.

Основними завданнями, які повинні бути вирішені в процесі вивчення дисципліни, є такі:

- формування у студентів глибоких теоретичних знань з питань концепції, стратегії й тактики логістики;
- засвоєння студентами методичного інструментарію розробки і реалізації завдань із логістики;
- оволодіння навичками логістичного мислення та розроблення пропозицій щодо поліпшення логістичних систем, механізмів їх функціонування;
- набуття навичок оцінювання економічної ефективності результатів ухвалення логістичних рішень.

Інтегрований підхід до викладання курсу «Міжнародні логістичні послуги» націлений на формування у студентів таких знань і навичок.

Студент повинен володіти знаннями щодо:

- структури, змісту, основних принципів організації логістики послуг;
- процедур пошуку, збирання та аналізу інформації, розрахунку показників для обґрунтування управлінських рішень;
- методології проектування логістичних систем; принципів і підходів до оцінювання логістичної складової послуг;
- набору інструментів щодо оптимізації витрат у логістиці послуг;
- організації системи інформаційного обміну та документообігу в процесі обслуговування споживачів;

- уміння демонструвати навички виявлення проблем та обґрунтування управлінських рішень щодо системи логістичної діяльності;
- уміння визначати витрати на логістичне обслуговування, формувати та оцінювати логістичний потенціал сфери послуг;
- уміння аналізувати клієнтів за критеріями їх прибутковості та обсягами замовлень продукції або послуг; визначати пріоритети в обслуговуванні клієнтів.

Студент повинен оволодіти:

- методами оптимізації наскрізних потоків в основних функціональних та інтегрованих областях логістичної системи;
- навичками створення ефективних логістичних ланцюгів для руху матеріальних потоків;
- прийомами визначення логістичних витрат і шляхів їх скорочення;
- основами комплексного оцінювання ефективності функціонування логістичної системи.

Тема 1. Основи міжнародної логістики та логістичних послуг

1.1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної логістики

1.2. Логістика в системі управління підприємством

1.3. Основні дефініції та складові системи логістичних послуг сучасного підприємства

1.4. Основи ринку міжнародних логістичних послуг

Ключові слова: логістика, міжнародна логістика, логістичний сервіс, логістичний потік, логістичний процес, логістична система, логістична функція, логістичний ланцюг, логістична мережа, логістичний цикл.

1.1. Сутність та еволюція розвитку міжнародної логістики

Міжнародна логістика - це науково-практичний напрямок, який динамічно розвивається нині в світі та Україні. Знання та практичні навички з міжнародної логістики потрібні нині фахівцям з міжнародних економічних відносин, зовнішньо-економічної діяльності, міжнародним менеджерам, менеджерам українських та іноземних корпорацій, підприємств тощо.

Міжнародна логістика спрямована на оптимізацію товаропотоків, які виходять за межі національних економічних систем.

Під терміном *міжнародна логістика* розуміємо процес планування, виконання та контролю ефективного з точки зору зниження витрат потоку запасів сировини, матеріалів, незавершеного виробництва, готової продукції, сервісу і пов'язаної інформації від точки його

зародження до точки споживання за участю в процесі доставки двох і більше держав (Коровяковский, 2010).

Об'єктом вивчення міжнародної логістики є інтегровані логістичні потоки тобто товарно-інформаційно-фінансові потоки підприємств, регіонів, країн й інтеграційних утворень; а предметом – оптимальна логістична організація цих потоків (Олійник, 2011).

Основні положення концепції міжнародної логістики включають:

- використання в міжнародній логістиці системного підходу;
- відмову від використання універсального технологічного і піднімально-транспортувального устаткування та використання для проведення логістичних операцій спеціального обладнання;
- гуманізацію технологічних процесів у логістиці, створення сучасних умов праці, використання спеціально підготовленого персоналу;
- урахування логістичних витрат на всій відстані логістичного ланцюжка;
- розвиток послуг логістичного сервісу на сучасному рівні;
- забезпечення спроможності логістичних систем до адаптації в умовах невизначеності оточуючого міжнародного ринкового середовища.

Завдання логістики на світовому ринку полягають у (Олійник, 2011):

- забезпеченні функціонального циклу глобальної логістики через більшу тривалість, великі відстані, які потрібно перетинати, численних посередників і необхідність використання повільного океанського транспорту;
- акумуляції складних логістичних операцій на світовому ринку,

як результат розмаїтості одиниць збереження і запасів у цілому, з якими доводиться мати справу, більш об'ємної документації, більшої кількості необхідних складських потужностей і щодо менш розвиненої системи логістичних послуг (зокрема транспортних і складських).

Стратегічним бізнес-завданням міжнародної логістики є забезпечення доставки потрібного продукту потрібної якості та кількості потрібному споживачу в потрібне місце на потрібний час за потрібної вартості логістичної послуги та потрібного рівня логістичного сервісу.

Основною метою міжнародної логістики є найбільш повне, з мінімальними витратами пристосування фірми до ринкової ситуації, збільшення власної присутності на ринку та одержання конкурентних переваг шляхом створення інтегрованої ефективної системи регулювання та контролю матеріальних та інформаційних потоків (Олійник, 2011).

Нині відомо, що згідно світових стандартів міжнародної логістики систематично збільшується обсяг логістичних послуг, що набувають фірми, натомість зменшується складська площа, що використовується і є власністю фірми. Також відомо, що серед критеріїв вибору постачальників найбільше перевагу віддають не вартості поставок, а їхній якості. Отже, відповідно до способу логістичного обслуговування продукту належить оцінити рівень інтернаціоналізації цих процесів на підприємствах, що досліджуються. Останній можна вважати високим, коли понад 70 % досліджуваних фірм усіх галузей експортують свою продукцію та 85 % цих фірм імпортують сировину, напівфабрикати та компоненти.

Основні географічні напрямки експорту та імпорту українських підприємств – це країни Європейського союзу, країни Азії, Сполучені штати, Австралія, рідше – Канада. Водночас підприємства здебільшого здійснюють таку співпрацю на постійній основі, а не на тимчасовій (сезонній), тому можливо припускати, що ця співпраця відбувається в межах міжнародних ланцюгів поставок.

Еволюція логістики та логістичних послуг, причини, що сприяли їх розвитку

У розвитку логістики виділяють: дологістичну стадію та логістику 1-го, 2-го, 3-го та 4-го поколінь.

Дологістична стадія (до 60-х рр. ХХ ст.) характеризувалася структурною схемою, коли відділи постачання, виробництва, збуту підприємств функціонували окремо. Були і наукові розробки з оптимізації та раціональної організації цієї діяльності. Галузі, де використовувалися ці підходи, охоплювали матеріально-технічне постачання, внутрішню та зовнішню торгівлю, транспорт.

Логістика першого покоління (60-70-ті рр. ХХ ст.) – її структурна схема характеризувалася наскрізним логістичним потоком, який проходив через ділянки постачання, виробництва, збуту (ПВЗ) підприємств. З'явилися окремі відділи логістики, виникли перші логістичні концепції «Планування потреб та ресурсів», «Точно в строк»; логістичні системи MRR, DRP, Канбан. Серед перших галузей, які звернулися до логістики, були: автобудування, матеріально-технічне постачання, торгівля, транспорт. Відповідно виникла промислова, комерційна, постачальницька, транспортна логістика.

Логістика другого покоління (80–90-х рр. ХХ ст.)

характеризувалася тим, що крім відділів логістики підприємств виникли спеціалізовані логістичні фірми (логістичні оператори). Виникли нові концепції та логістичні системи – «Точно в строк-2», MRR-2, DRP-2. До галузей, які використовували логістику, додалися: всі інші галузі промисловості, АПК, будівництво, торгівля, туризм. З'являється агропромислова, будівельна, інформаційна, міжнародна логістика.

Логістика третього покоління (кінець 90-х рр. - початок ХХІ ст.) – її структурна схема характеризувалася тим, що крім логістичних операторів (міжнародне позначення – 3PL) з'являються фірми-логістичні інтегратори, які крім доставки товару, беруть на себе функції формування та забезпечення єдиного ланцюга поставок (4PL). Нові концепції – це концепції «Худого виробництва», «Кайдзен», «Швидкого реагування», «Зеленої логістики», «Геологістики». Логістику використовують усі галузі господарства, а також охорона довкілля. До нових видів логістики додаються банківська, «зелена», митна, геологістика та інші (Олійник, 2011).

Зокрема, розвиток теорії логістики в США збагатив її такими категоріями, як фізичний розподіл, фізичне постачання, маркетинг-логістика, бізнес-логістика, промислова логістика, логістичний менеджмент, менеджмент матеріалів, управління ланцюгом поставок.

У сучасних європейських мовах слово «логістика» вживають у двох значеннях: математична логіка; техніка й технологія транспортно-складських робіт у військовій та цивільній сферах (в іспанській, італійській, англійській – лише в другому значенні).

У деяких визначеннях логістики знаходять відображення погляди спеціалістів, які акцентують увагу на окремих функціях. Так, із різних позицій логістика розглядається як дефініція, що:

- 1) орієнтує на переміщення (дії);
- 2) передбачає орієнтацію на цикл споживання;
- 3) орієнтує на послуги (Дибська, 2012).

1.2. Логістика в системі управління підприємством

Концепція логістики поряд з концепцією маркетингу набуває все більшого значення для керівників підприємств як засіб забезпечення відносно стійкого економічного становища та досягнення успіху в конкурентній боротьбі за ринок (рис. 1.1).

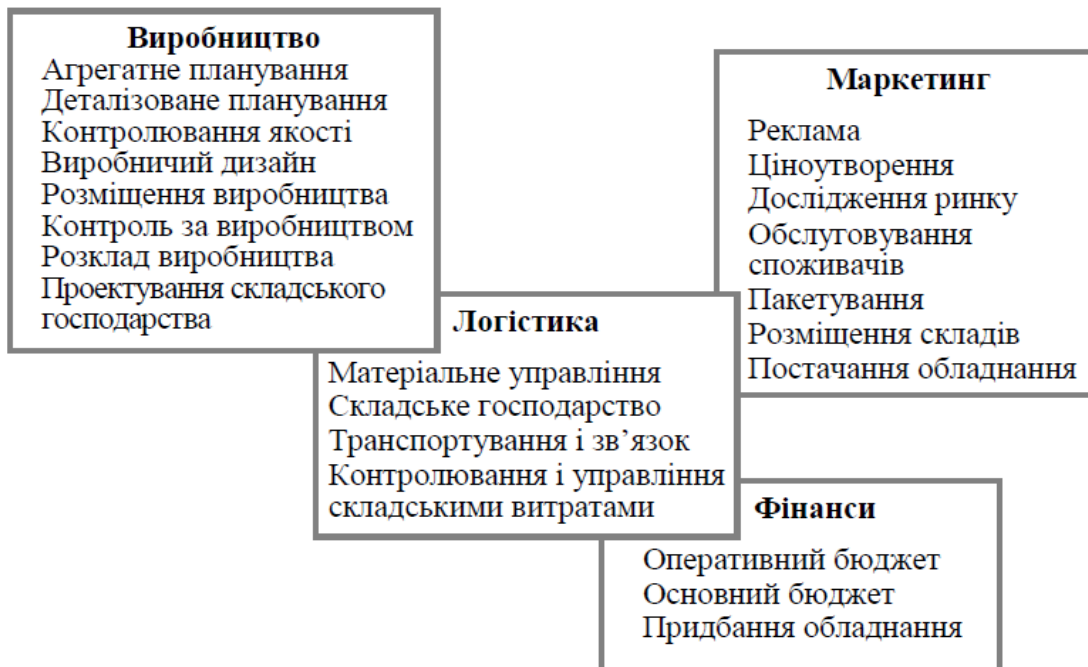


Рисунок 1.1 – Роль логістики в управлінні підприємством (Бутов, 2013)

Зокрема, **значення міжнародної логістики полягає в тому, що вона** (Герасимчук, 2013):

1) підтримує ринкову орієнтацію підприємства, спрямовує на пропозицію покупцям оптимального сервісу (рівня та якості обслуговування), сприяє збільшенню прозорості ринку, а також еластичності й здатності підприємств пристосовуватися до мінливих ситуацій на ринку;

2) орієнтує на стимулювання продажу та сервісу за одночасної раціоналізації структури логістичних витрат загалом, тобто посилює усвідомлення значення співвідношення «витрати — корисність» в усіх сферах підприємства і фазах логістичного процесу;

3) надає можливість розв'язувати проблеми міжнародного рівня, які виникають на стиках (з'єднаннях) переміщень товарів та інформації з іншими сферами на підприємстві (маркетингом, виробництвом, фінансами, персоналом та ін.);

4) породжує і стимулює тенденції до інтеграції та ієрархізації цілей на підприємстві й у зв'язках з його партнерами, підтримує заходи і компоненти управління, а також довготривалу маркетингову стратегію, детермінуючи їх результативність;

5) орієнтує на раціоналізацію організаційної системи підприємств і змісту товарних переміщень загалом;

6) стимулює зростання загальної ефективності господарювання (табл. 1.1).

Табл. 1.1 - Основні логістичні стратегії (Козловський, 2012)

| Стратегія | Шляхи реалізації |
|--|--|
| Мінімізації загальних логістичних витрат | <p>Скорочення логістичних витрат в окремих логістичних функціях.</p> <p>Оптимізація рівнів запасів у логістичній системі.</p> <p>Вибір оптимальних варіантів «складування - транспортування».</p> <p>Оптимізація рішень в окремих функціональних сферах і / або логістичних функціях за критерієм мінімуму логістичних витрат.</p> <p>3PL підхід тощо.</p> |
| Покращення якості логістичного сервісу | <p>Поліпшення якості виконання логістичних операцій і функцій (транспортування, складування, вантажоперероблення, упакування і т.п.).</p> <p>Підтримка передпродажного і післяпродажного сервісу.</p> <p>Сервіс з доданою вартістю.</p> <p>Використання логістичних технологій підтримки життєвого циклу продукту.</p> <p>Створення системи управління якістю логістичного сервісу.</p> <p>Сертифікація системи управління якістю відповідно до національних і міжнародних стандартів та процедур (зокрема ISO 9000).</p> <p>Бенчмаркінг тощо.</p> |
| Мінімізація інвестицій в логістичну інфраструктуру | <p>Оптимізація конфігурації логістичної мережі:</p> <ul style="list-style-type: none"> – пряма доставка товарів споживачам, минаючи складування; – використання складів загального користування; – використання логістичних посередників у транспортуванні, складуванні, вантажопереробки; – використання логістичної технології «точно в строк»; – оптимізація дислокації об'єктів логістичної інфраструктури та ін. |
| Логістичний аутсорсинг | <p>Рішення «робити або купувати».</p> <p>Зосередження компанії на своїх ключових сферах компетенції, пошук логістичних посередників для виконання неключових функцій.</p> <p>Оптимізація вибору джерел зовнішніх ресурсів.</p> <p>Оптимальна дислокація виробничих потужностей і об'єктів логістичної інфраструктури.</p> <p>Застосування інновацій постачальників; оптимізація кількості логістичних посередників і закріплення за ними функцій.</p> |

1.3. Основні дефініції та складові системи логістичних послуг сучасного підприємства

Міжнародний логістичний сервіс зорієнтований на використання синергічних залежностей та ефектів, передбачає оптимізацію роботи логістичної системи, спрямована на мінімізацію сукупних витрат у процесі руху матеріальних та інформаційних ресурсів, починаючи з вибору постачальника і закінчуючи доставкою та післяпродажним обслуговуванням.

Відповідно до цього розрізняють загальні та підпорядковані їм локальні завдання логістики.

Основним *загальним завданням* є досягнення з найменшими витратами максимальної пристосованості фірм до мінливої ринкової ситуації, підвищення на ринку власної частки та одержання переваг перед конкурентами. Одне із загальних завдань логістики полягає також у створенні інтегрованої ефективної системи регулювання й контролю за матеріальними та інформаційними потоками, які забезпечували б високу якість постачання продукції.

Прикладами *локальних завдань* логістики є: оптимізація виробничих запасів і максимальне скорочення часу на зберігання та транспортування вантажів; своєчасне забезпечення підприємства сировиною, енергоносіями, допоміжними матеріалами; забезпечення цілеспрямованого та своєчасного просування товарів усередині та за межами підприємства з оптимальними витратами (Тридід, 2005).

Відсутність тісного зв'язку логістики з активною ринковою стратегією часто призводить до того, що сама собою закупівля

сировини, напівфабрикатів, комплектуючих стає мотивом для випуску тієї чи іншої продукції без належного попиту на неї, що в нинішній ринковій ситуації може спричинити банкрутство фірми.

Цілями сучасної міжнародної логістики є (Олійник, 2011):

- своєчасне постачання відповідної кількості, якості та асортименту всіх матеріалів до місця їх споживання;
- зміна запасів матеріалів згідно з інформацією про наявну можливість їх швидкого придбання;
- узгодження політики продажу товарів із політикою їх виробництва;
- зниження оптимального розміру партії постачань та оброблення;
- виконання всіх замовлень з найвищою якістю та в стислі терміни.

Сукупність цих цілей є ідеалом, прагненням досягти *стратегічної мети*, яка отримала назву «Шість правил логістики», а саме:

1. Товар – за потребою.
2. Якість товару – висока.
3. Кількість – достатня.
4. Час доставки – найзручніший.
5. Місце доставки – куди потрібно.
6. Витрати – мінімальні.

Мета логістичної діяльності досягається тоді, коли додержуються ці шість правил, тобто коли потрібний товар високої якості, необхідної кількості, у найзручніший для замовника час буде доставлено у зазначене ним місце з мінімальними витратами.

Основними *функціями* міжнародної логістики є (Прокоф'єва, 2009):

- 1) інтеграційна;
- 2) координаційна;
- 3) контролююча;
- 4) плануюча;
- 5) обслуговуюча.

Особливу увагу потрібно звернути на сутність і види логістичних потоків: матеріального, фінансового, інформаційного та сервісного.

Базовими елементами логістики є потік і запас (Кальченко, 2008).

Потік – це сукупність об'єктів, яка сприймається як єдине ціле, що існує як процес на деякому тимчасовому інтервалі і вимірюється в абсолютних одиницях за певний період часу. З позицій логістики **потік** – це послідовна зміна станів економічного потокового процесу в межах однієї форми потоку чи під час переходу з однієї форми потоку в іншу.

Параметри потоку – це параметри, що характеризують кількість об'єктів, які є в наявності в конкретний момент часу і вимірюються в абсолютних одиницях. Так, до основних параметрів, що характеризують потік, належать:

- початковий і кінцевий пункти;
- геометрія шляху (траєкторія);
- довжина шляху;
- швидкість руху;
- проміжні пункти;
- інтенсивність.

Традиційний підхід до управління запасами в логістиці розглядає **запас** як кількість матеріальних цінностей, необхідну для забезпечення безперервності процесу виконання певних

господарських і зовнішньоторговельних операцій.

Логістичний процес – це процес руху сукупності потоків ресурсів, що являє собою взаємообумовлений рух та трансформацію матеріальних і нематеріальних ресурсів у процесі задоволення платоспроможного попиту на готову продукцію.

Логістична операція – це самостійна частина логістичного процесу, що являє собою відособлену сукупність дій, спрямованих на генерування, перетворення або поглинання основного – матеріального та супутніх – інформаційного, фінансового, сервісного, кадрового потоків.

Логістична функція – це сукупність логістичних операцій, спрямованих на досягнення цілей, поставлених перед логістичною системою або її елементами (ланками). Більшість учених і фахівців з логістики до основних (базисних) логістичних функцій відносять постачання, виробництво і збут (розподіл). Загальний перелік логістичних функцій досить широкий: управління замовленнями, управління запасами, транспортування, зберігання, вантажопереробка, пакування, сервісне обслуговування тощо.

Логістична система – це сукупність елементів логістики, взаємопов'язаних між собою, що створюють певну цілісність, призначену для управління матеріальними і нематеріальними потоками .

Ланка логістичної системи – функціонально відособлений об'єкт, що не підлягає подальшій декомпозиції в межах побудови логістичної системи, виконує свою локальну мету, пов'язану з певними логістичними функціями й операціями.

До факторів впливу на розвиток глобальних логістичних систем в

Україні відносять реструктуризацію та поглиблення спеціалізації в економіці, а саме (Shyshkin, 2019):

- збалансованість структурної політики;
- участь у міжнародному поділі праці за умови захисту вітчизняних товаровиробників від інтервенції імпорتنих товарів;
- посилення індикативного управління зовнішньоекономічною діяльністю;
- раціональність митної, тарифної та податкової політики;
- ліцензійна та сертифікаційна діяльність тощо.

Логістичний ланцюг є впорядкованою та взаємодіючою множиною фізичних і юридичних осіб, що здійснюють логістичні операції, спрямовані на доведення матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої та до кінцевого споживача. Це також послідовність технологічних і логістичних операцій у будь-якому виробництві, що перебуває під єдиним контролем (Кальченко, 2008).

1.4. Основи ринку міжнародних логістичних послуг

Логістика міжнародних послуг поки що належить до недостатньо розроблених напрямів логістики як новітнього науково-практичного напрямку, що відрізняється надзвичайно високою динамікою розвитку в XXI ст. – як у світі, так останнім часом і в Україні. Сфера послуг бурхливо розвивається. Водночас в розвинених країнах світу (постіндустріальних) на галузі цієї сфери припадає лівова частка валового внутрішнього продукту та кількості зайнятих (60 – 80 %). До сфери послуг належать: транспорт, зв'язок, торгівля, матеріально-технічне забезпечення, побутові та комунальні послуги, фінанси, наука, освіта, охорона здоров'я, культура і мистецтво, фізкультура і спорт, туризм тощо. У літературі особливу увагу звертають на те, що

об'єднує різні види трудової діяльності з надання послуг, а саме – виробництво таких споживчих вартостей, які переважно не набувають матеріальної форми. Тому для послуг як товару, незважаючи на їх різноманітність, характерні такі загальні ознаки, як невідчутність, нездатність до зберігання, мінливість якості, нерозривність виробництва і споживання.

Диференціація послуг поглиблюється і нині. Наприклад, за СОТ виокремлюють 12 секторів послуг, зокрема бізнес-послуги із включенням професійних та комп'ютерних; послуги зв'язку; будівельні й інженерні; дистриб'юторські; освітні; екологічні; фінансові, зокрема, банківські, страхові, медичні, послуги в галузі туризму та подорожей; рекреаційні, культурні та спортивні; транспортні та ін., які, у свою чергу, поділяють на 155 підсекторів.

Логістичний сервіс – це сукупність нематеріальних логістичних операцій, що забезпечують максимальне задоволення попиту споживачів у процесі управління матеріальними, фінансовими та інформаційними потоками найбільш оптимальних, з точки зору витрат, способом (Кальченко, 2008).

Основною метою логістичного сервісу є забезпечення необхідного рівня задоволення вимог клієнта за якнайнижчих сукупних витрат, що передбачає гарантоване отримання ним продукту відповідної якості, кількості та асортименту у визначеному місці, у визначений час та за визначеною ціною (Економічна, 2001).

Об'єктом логістичного сервісу, з одного боку, є сам товар у своїй фізичній формі, з іншого – різні споживачі матеріального потоку.

Залежно від *етапу обслуговування* виділяють такі види логістичних послуг (Економічна, 2002):

– *передпродажні (допродажні) логістичні послуги* – передбачають визначення та планування політики виробника товарів у сфері формування системи логістичного сервісу;

– *логістичні послуги під час продажу товарів* – передбачають наявність товарних запасів на складі, виконання замовлень (зокрема, підбір асортименту, пакування, формування вантажних одиниць та інші операції), забезпечення надійності доставки, надання інформації про пересування вантажів;

– *післяпродажні логістичні послуги* – охоплюють гарантійне обслуговування, зобов'язання розглянути претензії покупців, проведення ремонтних робіт, підготовку ремонтного персоналу, постачання запасних частин, інфраструктуру сервісу, утилізацію старої продукції.

За сферою використання виділяють також (Кальченко, 2008):

– *сервіс споживчого попиту*, який передбачає послуги, що надаються на всіх етапах і визначають термін поставки, комплектність, якість, обсяг, готовність і частоту поставки, вантаження і розвантаження, безвідмовність і своєчасність, спосіб замовлення;

– *виробничий сервіс*, який передбачає надання послуг, спрямованих на ефективне використання продукції та виявлення її можливостей (доробка та модифікація, усунення помилок, випробування, монтаж і налагодження, організація експлуатації, навчання персоналу);

– *сервіс інформаційного обслуговування*, який визначається обсягом і різноманітністю інформації, що надається потенційному споживачу, про продукцію фірми та її сервісне обслуговування (рекламна діяльність, каталоги та прейскуранти, технічна

документація, правила гарантії, експлуатаційна документація);

– *фінансово-кредитний сервіс* – надання покупцю різноманітних варіантів оплати товару (оплата за фактом, у розстрочку, варіантність системи знижок і пільг, можливість банківських, комерційних, товарних та інших форм кредиту).

Логістична мережа – це схема розміщення учасників логістичних операцій, яка показує взаємозв'язки між ними.

Логістичний цикл – це час виконання логістичних операцій. Мета логістики – максимальне скорочення цього циклу.

Логістична координація – це тісний взаємозв'язок дій усіх учасників або елементів логістичної системи. В сучасних умовах логістична координація набирає форму інтегрованого логістичного потоку.

Логістичний інтерфейс – це програмне забезпечення, що дозволяє спільну роботу учасників логістичної системи. Така взаємодія позначається скороченням EDI (Electronic Data Interchange - англ., – електронний обмін даних).

Запитання для самоконтролю

1. Поняття міжнародної логістики на основних історичних етапах її формування
2. У чому полягає зміст сучасного трактування поняття «міжнародна логістика»?
3. У чому полягає головна мета міжнародної логістики?
4. Перелічіть основні завдання міжнародної логістики.
5. Які функції виконує міжнародна логістика? Розкрийте їх зміст.
6. Яке точне визначення логістичної операції; які існують види логістичних операцій?
7. Яке точне визначення логістичної функції; які існують види логістичних функцій?
8. Розкрийте сутність поняття «логістична система».
9. Розкрийте сутність та основну мету поняття «логістичний сервіс».

Тема 2. Міжнародний логістичний сервіс у системі управління логістичними потоками

2.1. Логістичні потоки в системі міжнародних логістичних послуг

2.2. Логістичне сервісне обслуговування

2.3. Оптимізація логістичних витрат в системі міжнародних логістичних послуг

Ключові слова: потік, матеріальний потік, інформаційний потік, фінансовий потік, потік послуг, логістичний сервіс, логістичне сервісне обслуговування, логістичний потенціал, логістичні витрати.

2.1. Логістичні потоки в системі міжнародних логістичних послуг

Логістичні потоки є об'єктом дослідження міжнародної логістики як науки, але класифікацію потоків та їх характеристику логістика запозичила з фізики.

Потік – сукупність об'єктів, яка існує в деякому часовому проміжку, сприймається, як одне ціле, і вимірюється в абсолютних одиницях за певний період часу. Кожний потік має такі параметри: а) початковий та кінцевий пункти; б) геометрія (траєкторія) шляху; в) довжина шляху; г) швидкість і час руху; д) проміжні пункти; е) інтенсивність руху (Дибська, 2012).

Матеріальні потоки складають основу міжнародних логістичних потоків.

Матеріальний потік – це продукція, що розглядається в процесі прикладання до неї певних логістичних операцій, віднесених до

певного часового проміжку. Матеріальний потік має розмірність: обсяг, поділений на час. Матеріальний потік, віднесений до певного моменту часу, називається матеріальним запасом.

Система управління матеріальними потоками – це організаційний механізм формування планування і регулювання матеріальних потоків у межах внутрішньовиробничої логістичної системи.

Логістичний підхід до управління матеріальними потоками передбачає виокремлення спеціальної логістичної служби на основі інтеграції окремих ланок матеріалопровідного ланцюга в єдину логістичну систему, спроможну адекватно реагувати на виклики зовнішнього середовища.

Потоки послуг мають свої особливості, що пов'язані з особливостями послуг, як товару. Наприклад, послуги не можна складувати, відділити від виробника та споживача, не можна зберігати тощо.

У логістичних процесах виділяють потоки послуг двох видів: 1) з логістичного обслуговування матеріального потоку виробництва; 2) потоки в галузях сфери послуг (Международная, 2018).

Якість послуг визначається на підставі оцінювання таких параметрів як: а) відчутність; б) відповідальність; в) надійність; г) компетентність; д) доступність; е) безпечність; є) коректність; ж) комунікабельність.

Як бачимо, ці параметри досить складно виміряти та кількісно визначити. З цим пов'язані труднощі формування логістики послуг. Незважаючи на це, розроблений особливий напрямок логістики – SRL (англ. Service Response Logistics - логістика послуг), яка має

відмінності від CRL (англ. Commodity Response Logistics – логістика товарів).

Потоки послуг мають відмінності і в територіальному аспекті, оскільки виробництво послуг є територіально сконцентрованим і збігається з їхнім споживанням, а процес попиту на ці послуги є територіально розпорошеним.

Звідси *головна проблема логістики послуг*: визначити логістичний потенціал об'єкта (тобто його оптимальну пропускну спроможність); створити необхідні потужності з обслуговування відповідного логістичного потоку (в логістиці туризму – це туристичний потік, у митній та міжнародній логістиці – це потік зовнішньо-торгівельних вантажів) (Кох,2018).

Інформаційні потоки обов'язково супроводжують матеріальні потоки.

Інформаційний потік – це сукупність інформації, яка циркулює всередині логістичної системи, а також пов'язує її з іншими системами. Інформаційні потоки можуть у часі не збігатися з матеріальними потоками: випереджати їх або відставати; збігатися з ними. Інформаційні потоки вимірюються обсягом інформації, яка надається або обробляється в одиницю часу (біт, байт).

Фінансові потоки є найменш дослідженими в логістиці.

Фінансовий потік – це рух фінансових засобів, які необхідні для забезпечення руху матеріального потоку.

Основною метою фінансового обслуговування товарних потоків є забезпечення їх руху фінансовими засобами в необхідних обсягах в потрібні терміни з найбільш ефективних джерел фінансування. У найпростішому випадку кожному товарному потоку відповідає

фінансовий потік протилежного напрямку, водночас фінансовий потік може: 1) випереджати товар (передоплата, авансовий платіж); 2) запізнюватися (післяплата); 3) проходити через банки з використанням таких форм безготівкових розрахунків, як інкасо та акредитив, – коли підприємства-партнери знаходяться в різних містах; коли ж партнери знаходяться в одному місті, то використовуються розрахункові чеки та платіжні доручення (Чудаков, 2003; Олійник, 2011).

2.2. Логістичне сервісне обслуговування

Послуга в узагальненому розумінні – це деяка дія, що приносить користь споживачу. Послуга як продукт праці має споживчу вартість, і це визначає її товарний характер, який виражається в здатності бути реалізованою споживачами як своєрідний товар. Ця риса споріднює послуги з матеріальним товаром. Водночас вартість сервісних послуг іноді може перевершувати витрати безпосередньо на виробництво продукції.

Робота з надання послуг, тобто із задоволення будь-чийх потреб, називається сервісом. Сервіс нерозривно пов'язаний з розподілом і є комплексом послуг, які надаються в процесі замовлення, купівлі, постачання і подальшого обслуговування продукції. Виходячи з цього логістичний сервіс може бути реалізований лише в сферах розподілу і обігу, він є певною сукупністю послуг, які надаються в процесі безпосереднього постачання товарів споживачам, що є завершальним етапом просування матеріального потоку логістичними ланцюгами. Відповідно об'єктом логістичного сервісу є конкретні споживачі матеріальних потоків (Логістичні операції, 2019)

Логістичне сервісне обслуговування споживачів може здійснюватися як самим виробником, так і торгово-посередницькою структурою, а також спеціалізованими транспортно-експедиційними підприємствами. Це залежить від виду логістичної системи, рівня вимог споживачів і стратегії постачальника (виробника, торгового посередника).

Виходячи на ринок логістичних послуг, продуценти повинні враховувати основні характеристики даної товарної категорії, які визначають умови і параметри логістичної діяльності. Такими характеристиками є:

- неможливість відчувати послуги «на дотик». Виявляється в складності специфікації послуг сервісною фірмою, а також у складності їх оцінювання покупцем;

- невіддільність від джерела. Логістичні покупки як форма діяльності невіддільні від свого джерела на відміну від матеріального товару, який може існувати належно від присутності або відсутності його джерела (продуцента);

- мінливість якості. Якість логістичних послуг виявляє тенденцію до коливань залежно від ступеня досконалості логістичної системи, вимог клієнтів, впливу багатьох випадкових факторів;

- адресність послуг. Логістичні послуги надаються замовнику безпосередньо. Це відрізняє їх від товару в матеріальному вигляді, який випускається, орієнтуючись, як правило, не на конкретного споживача, а на загальний попит цільового ринку;

- унікальність для одержувача. Кожна логістична послуга, яка надається, унікальна для одержувача. Інша подібна послуга буде

відрізнятися від попередньої за своїми параметрами, термінами, якістю, умовами виробництва і споживання;

- неможливість накопичення послуг. Послуги не можна зробити про запас, їх не можна складувати, тобто накопичення “запасу” даного виду продукції неможливе;

- еластичність попиту. Перевагою логістичних послуг порівняно із товаром у матеріальному вигляді є їх велика еластичність на ринку збуту. У нормальних економічних умовах дуже швидко зростає попит на логістичні послуги зі зниженням на них цін і збільшенням доходів підприємств – споживачів. При чому темпи зростання попиту на логістичне обслуговування значно перевищують його динаміку на матеріальні товари;

- оперативність. На відміну від товарів у матеріальному вигляді або інших видів діяльності, де швидкість і стрімкість виконання робіт не завжди є позитивними щодо кінцевого результату, логістичні послуги, зазвичай, дають тим більший економічний ефект, чим швидше відбувається їх реалізація. Дуже часто саме оперативність послуг залучає потенційних замовників.

Зазначені характеристики та особливості просування послуг відіграють важливу роль у логістичному процесі під час дистрибуції товарів. Природа логістичної діяльності передбачає можливість надання споживачу матеріального потоку різноманітних логістичних послуг.

У цілому всі роботи й операції у сфері міжнародного логістичного обслуговування можна класифікувати за такими ознаками:

1. За часом здійснення:

1) послуги передпродажного характеру – це роботи й операції з формування попиту на логістичне обслуговування. До них належать: консультації, демонстрації (у деяких випадках – пробне використання); 2) логістичні послуги в процесі реалізації – надаються в процесі реалізації товарів. Вони забезпечують ефективне просування матеріальних потоків і доставку продукції до місця призначення, строго дотримуючись замовлень споживачів. Сюди можна віднести: наявність товарних запасів на складі, підбір та комплектацію партій постачань, пакування, маркування, формування вантажних одиниць, надання інформації про проходження вантажів, роботу із забезпечення надійності постачань.

3) логістичні послуги після продажного характеру. До них відносять: послуги із гарантійного обслуговування, послуги із забезпечення запасними частинами, зобов'язання щодо розгляду претензій покупців, забезпечення зворотних потоків, забезпечення обміну продукції тощо.

2. За змістом робіт:

1) жорсткий сервіс – включає послуги, пов'язані із забезпеченням працездатності безвідмовності й погоджених параметрів експлуатації товару; 2) м'який сервіс – послуги, зв'язані з більш ефективною експлуатацією товарів у конкретних умовах роботи споживача, а також розширенням сфери його використання.

3. По відношенню до споживача:

1) прями́й серві́с – включає послуги, спрямовані на безпосереднього споживача; 2) непрями́й серві́с – послуги, які безпосередньо не стосуються такого споживача.

Ринок міжнародних логістичних послуг не є подібним до ринку товарів, тому логістика послуг теж повинна мати свою відмінну специфіку. До такого висновку вже дійшли західні вчені-логістики, які виділяють окремо логістику товарних потоків, або CRL (Commodity Response Logistics), та логістику сервісних потоків, або SRL (Service Response Logistics). У логістичній літературі наводяться їхні відмінності (табл. 2.2), але з них важко зрозуміти, як же практично можна підійти до вивчення, аналізу та вдосконалення логістики кожного конкретного виду послуг з тих, що наводилися вище. Отже, логістика послуг відчуває певні труднощі в своєму розвитку через, по-перше, специфіку послуг як товару, а по-друге, через велику різноманітність послуг, їх диференціацію, яка поглиблюється.

Таблиця 2.2 – Відмінності логістики послуг (SRL) від логістики товарів (CRL) (Основы, 2000, с. 69).

| CRL | SRL |
|--|--|
| 1. Прогнозування обсягу продажу товарів 2. Постачання/закупівля 3. Планування виробництва 4. Внутрішні транспортування 5. Управління запасами 6. Сканування товарів 7. Формування замовлень 8. Система дистрибуції 9. Контроль дистрибуції 10. Зовнішнє транспортування 11. Логістичне транспортування | 1. Прогнозування обсягу послуг 2. Найм персоналу 3. Розклад роботи персоналу 4. Рух інформації 5. Управління потужностями сервісного устаткування 6. Зберігання інформації 7. Взаємодія з клієнтами 8. Планування сервісної мережі комунікацій 9. Контроль мереж і комунікацій 10. Надання інформації про послуги 11. Мережеве адміністрування |

Але водночас слід зазначити, що класичні види потоків, що вивчаються в логістиці (матеріальний (товарний), інформаційний, фінансовий) постерігаються і в логістиці послуг, однак відмінною рисою останньої є зміна їх положення – як головні (основні) та допоміжні (обслуговуючі) – у різних видах послуг.

Так, у сфері туристичних послуг як головний виступає туристопотік, а обслуговуючих – інформаційні, фінансові, матеріальні (товарні) потоки; у сфері освітніх послуг – головний – потік тих, хто навчається (учні, студенти), обслуговують його інформаційні, фінансові, матеріальні потоки; у сфері торгівельних послуг головний – потік покупців, обслуговуючі – товарні, інформаційні, фінансові потоки; в сфері фінансових послуг головне місце займає фінансовий (грошовий) потік, обслуговуючі – інформаційні, матеріальні, кадрові потоки. Подібні приклади можна продовжувати, враховуючи різноманітність послуг. У результаті одержуємо «револьверний» принцип логістики послуг, який полягає в тому, що, в кожній галузі сфери послуг виділяється один головний потік та декілька, що його обслуговують (допоміжні), при чому головний потік та склад обслуговуючих змінюються залежно від кожної окремої галузі сфери послуг (Основи, 2000, с. 69).

Ще одне важливе поняття логістики послуг – *логістичний потенціал* (ЛП). Потрібно розрізняти ЛП головного та допоміжних потоків, а також ЛП інфраструктурної бази галузей сфери послуг. У відношенні до головного потоку ЛП розуміється як його максимальна потужність (або проектна). Також може бути прогнозна потужність потоку (що визначається на основі маркетингових досліджень на

черговий рік) та фактична (вона, зазвичай, менше за прогнозну в силу форс-мажорних чинників).

Логістичні потенціали (ЛП) допоміжних (обслуговуючих) потоків визначаються, як похідні від ЛП головного потоку (на підставі застосування відповідних нормативів) – також з виділенням їх проектної, прогнозної та фактичної потужності.

Логістичний потенціал головного потоку потрібно співвідносити з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази (інфраструктури) відповідної послуги. Логістичний потенціал інфраструктури сфери послуг розуміється як пропускна спроможність матеріально-технічної бази, тобто здатність прийняти та ефективно обслужити головний потік, зокрема, шляхом підключення допоміжних (обслуговуючих) потоків.

Логістичний потенціал головного потоку міжнародної логістики здійснюється за схемою (рис. 2.1).

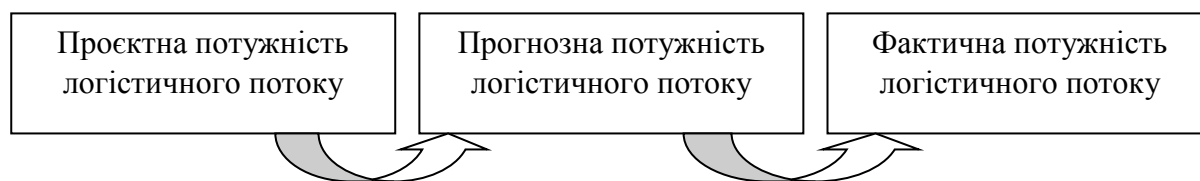


Рисунок 2.1 – Співвідношення проектної, прогнозної та фактичної потужності логістичного потоку

2.3. Оптимізація логістичних витрат в системі міжнародних логістичних послуг

Логістика може здійснювати зворотній вплив на розміщення як закладів сфери виробництва, так і сфери споживання. Ця властивість логістики пов'язана з тим, що в процесі вдосконалення територіальної організації логістичних систем і систем просторових взаємозв'язків між виробництвом і споживанням може виявитися доцільним ліквідувати деякі виробничі заклади, а інші - змістити ближче до споживача з метою зменшення сукупних витрат логістичної системи. Саме такий приклад надають країни ЄС, які у процесі здійснення регіональних логістичних проектів (зокрема LOCEU5) розглядають і реалізують можливості переміщення деяких підприємств по виробництву споживчих товарів із периферії до центру ЄС (конкретний приклад - з Фінляндії до ФРН) з метою скорочення логістичних витрат і підвищення рівня логістичного сервісу. Стосовно сфери споживання то логістика своїми вважає складські об'єкти, які вивчає окремий розділ - логістика складування і запасів, де до важливих практичних завдань віднесені питання визначення місцезнаходження складу, його потужності й радіусу перевезень, раціональний розподіл запасів між складами, нарешті оптимально розміщення товарів на складі. Територіальна організація логістичних систем враховує різні типи (корпоративні, загального користування, транзитні) та види складів. Логістика може впливати і на розміщення кінцевих закладів сфери споживання (підприємств роздрібної торгівлі), коли у процесі становлення зв'язків безпосередньо із споживачами може виявитися зайвим якийсь магазин (йдеться про

форму так званої прямої торгівлі через дистриб'юторів або багаторівневого маркетингу).

Крім розміщення виробництва, споживання та інфраструктури, ще одним чинником, що впливає на територіальну організацію логістичних систем, є стратегія управління, яка особливо проявляється на рівні держави (національна геополітична та гео економічна стратегія) та на рівні інтеграційного утворення держав (наприклад, ЄС, НАФТА), але також важливе значення має і на рівні підприємства (бізнес-стратегія фірми) тощо.

Суспільно-господарська цінність міжнародної логістики полягає в тому, що вона зменшує логістичні витрати підприємств, які включають два основних їх види:

- а) транспортні витрати;
- б) витрати на запаси і складування.

Логістика забезпечує скорочення транспортних витрат на 30-50 %, а витрат на запаси – взагалі до нуля, в результаті загальний час від отримання замовлення підприємством на виготовлення товару до його доставки споживачу зменшується на 50-70 % (Олійник, 2011).

Логістика надає підприємству потужну конкурентну перевагу на ринку, причому це стосується кожної галузі господарства. Відповідно виділяються такі галузеві логістичні системи або види логістики: а) промислова; б) агрологістика; в) торгівельна; г) будівельна; д) митна; е) туристська; є) міжнародна; ж) банківська; з) транспортна.

Також виділяються регіональні логістичні системи: а) локальні (наприклад, митний пост в митній логістиці, тур у логістиці туризму); б) мікро (підприємство); в) мезо (область); г) макро (на рівні держави); д) мега (рівень регіону світу або інтеграційного

угруповання, наприклад в Європейському союзі – це єврологістика);
 е) мета рівень або глобальна логістика.

Функціональні логістичні системи охоплюють: а) логістику постачання; б) логістику виробництва; в) логістику збуту

Логістичні витрати – це сукупність витрат на управління та реалізацію логістичних процесів у визначених межах переміщення матеріальних потоків (Крикавський, 2004).

Базова класифікація логістичних витрат наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 - Класифікація логістичних витрат

| Ознака класифікації | Вид логістичних витрат |
|--|--|
| За ступенем створення доданої вартості | <p><i>Продуктивні</i> – витрати на створення споживчої цінності; <i>витрати на підтримку логістичного бізнесу</i> – самі по собі не створюють цінності, але є необхідними (на транспортування, оформлення замовлень, ведення обліку продукції);</p> <p><i>збиткові</i> – витрати на роботи, які не можуть дати результатів (на простій устаткування);</p> <p><i>витрати на контроль</i> – витрати на заходи для запобігання небажаним результатам обслуговування споживачів</p> |
| За механізмом віднесення на носій | <p><i>Прямі</i> – витрати, які можуть бути безпосередньо віднесені до конкретного носія (продукт, групу виробів, замовлення);</p> <p><i>непрямі</i> – витрати, які можуть бути віднесені до носія лише за допомогою виконання допоміжних розрахунків</p> |
| За зв'язком з обсягом виробництва | <p><i>Змінні</i> – витрати, що залежать від обсягу виробництва (на переналагодження, розміщення замовлення, зберігання або складування запасів у часі);</p> <p><i>постійні</i> – витрати, що не залежать від зміни обсягу виконуваних замовлень внутрішніх і зовнішніх споживачів;</p> <p><i>повні</i> – віднесена на певний об'єкт (продукт, групу продуктів, замовлення, місце виникнення витрат, сферу виробництва) загальна сума витрат, що залежать або не залежать від обсягу виконуваних замовлень;</p> <p><i>часткові</i> – віднесені на певний об'єкт частини витрат, виділені за конкретною ознакою. Ці витрати, зазвичай,</p> |

Продовження таблиці 2.1

| | |
|---|--|
| | <p>залежать від обсягу виконуваних замовлень;</p> <p><i>фактичні</i> – витрати, що дійсно віднесені на певний об’єкт, у даному періоді за фактичного обсягу виконуваних замовлень споживачів і дорівнюють обсягу спожитих ресурсів, помноженому на діючі ціни на ресурси;</p> <p><i>нормальні</i> – середні витрати, що віднесені на певний об’єкт у даному періоді за фактичного обсягу обслуговування. Ці витрати дорівнюють фактичному обсягу спожитих ресурсів, помноженому на їх середні ціни;</p> <p><i>планові</i> – витрати, розраховані для певного логістичного об’єкта і певного періоду за умови визначених програми обслуговування, обсягу замовлень споживачів і технології. Ці витрати дорівнюють запланованому обсягу використання ресурсів, помноженому на їх планові ціни;</p> <p><i>витрати упущених можливостей</i> – характеризують упущену вигоду. Вона пов’язана з тим, що обмежений обсяг ресурсів може бути використаний лише певним чином, що виключає використання іншого можливого варіанта, що забезпечує отримання прибутку.</p> |
| За формами та місцем виникнення | <p><i>Витрати в постачанні;</i></p> <p><i>витрати у виробництві;</i></p> <p><i>витрати в дистрибуції</i></p> |
| За логістичними функціями | <p><i>Витрати обслуговування замовлення;</i></p> <p><i>витрати транспортування;</i></p> <p><i>витрати складування;</i></p> <p><i>витрати управління запасами;</i></p> <p><i>витрати пакування;</i></p> <p><i>витрати обслуговування споживачів</i></p> |
| За сферами переміщення матеріального потоку | <p><i>Витрати фізичного потоку;</i></p> <p><i>витрати запасів;</i></p> <p><i>витрати інформаційних процесів</i></p> |
| За джерелом переміщення | <p><i>Власні витрати;</i></p> <p><i>витрати логістичного аутсорсингу</i></p> |

Обсяг інвестиційних видатків на логістичну інфраструктуру та величину доходу фірми необхідно співставити з рівнем логістичних

витрат. Проблема полягає в тому, що логістичні витрати не виділяються як окрема стаття витрат підприємства та не відображаються в цій якості на його рахунках. Згідно теорії та практики з оцінювання витратоємності виробничої діяльності підприємства до загального обсягу логістичних витрат відносять кошти транспортування, складування та обслуговування запасів, кошти процесу замовлень, повернення упакування та кошти адміністративні.

У господарській практиці виділення цих коштів (логістичних) з інших рахунків має характер індивідуальний, авторський і часто здійснюється довільним чином. З іншої сторони, саме в цій сфері логістичного управління можна досягти дуже добрих результатів шляхом конфігурації та калькуляції рівня та структури логістичних витрат у такий спосіб, щоб успішно конкурувати на ринку.

Відповідно було досліджено в підприємствах загальний обсяг логістичних витрат та їх частку в усіх витратах закладів, а також окремі статті логістичних витрат. Водночас було попередньо визначено, що відноситься до логістичних витрат, а саме: 1) кошти складування та обслуговування запасів; 2) кошти транспортування; 3) кошти процесу замовлень; 4) кошти на адміністрацію (Олійник, 2011)

Методи розподілу логістичних витрат (Управління, 2007):

– за продуктами (*DPP – direct product profitability*). Метою таких методів є надання більш повної інформації про базис витрат на логістичні операції; DPP дозволяє розподілити логістичні витрати за продуктами більш детально, ураховуючи, яким чином ці продукти використовують основні засоби;

- за видами діяльності (*ABC – activity-based costing*). ABC дозволяє виявити фактори, що є драйверами витрат, і те, яким чином розподіляються витрати в логістичному процесі, що впливають на діяльність організації та ланцюга у цілому;
- використовуючи портфоліо збалансованих критеріїв вимірювання, що поширюється і на логістичний ланцюг (*SCOR – supply chain operations reference model*).

Завдяки застосуванню новітніх логістичних рішень великі потужні фірми забезпечують собі зменшення обсягу логістичних витрат не лише у відносному, але в абсолютному виразі. Такі фірми використовують «Lean Production» та «Kaizen», у результаті чого отримують значну економію внаслідок зменшення персоналу та здійснення ефективного логістичного управління невеликою групою працівників.

Запитання для самоконтролю

1. Якими параметрами характеризується потік?
2. Що таке матеріальний потік?
3. Що таке матеріальний запас?
4. Які відмінності має послуга як товар?
5. Які параметри визначають якість послуг?
6. Які відмінності мають послуги в територіальному аспекті?
7. Що таке інформаційний потік?
8. Дайте визначення поняттю «логістичні послуги».
9. Назвіть чинники, які впливають на вибір логістичних витрат.

Тема 3. Організаційний механізм міжнародних логістичних послуг

- 3.1. Міжнародний логістичний сервіс
- 3.2. Класифікація міжнародних логістичних послуг
- 3.3. Організаційний механізм міжнародного логістичного сервісу.
- 3.4. Критерії оцінювання якості міжнародного логістичного сервісу

Ключові слова: міжнародний логістичний сервіс, логістичне сервісне обслуговування, організаційний механізм міжнародного логістичного сервісу, витрати на логістичне обслуговування, якість логістичного обслуговування.

3.1. Міжнародний логістичний сервіс

Сучасна вітчизняна і світова практика свідчать про зростання ролі послуг у конкурентноздатності підприємств на ринках збуту. Це пояснюється насамперед тим, що в сучасній економіці чітко простежується напрямок розвитку сукупної пропозиції «товару – послуги». Покупець фактично здобуває не лише товар як фізичний об'єкт, але і послуги, які супроводжують його продаж. У цих умовах для більшості споживачів стала важливою не сама пропозиція, а, скоріше, суб'єктивний спосіб її сприйняття. Тому в останні роки прерогативою логістики поряд з управлінням матеріальними потоками є й управління сервісними потоками. Крім того, логістичний підхід виявився ефективним і для підприємств, які тільки надають послуги (транспортні, експедиторські, вантажопереробні та ін.).

Міжнародний логістичний сервіс – це сукупність функцій і видів діяльності всіх підсистем підприємства, що забезпечують зв'язок «підприємство – споживач» у розрізі кожного матеріального та інформаційного потоку за показниками номенклатури, якості, кількості, ціни, місця і часу постачання продукції відповідно до вимог ринку.

Головною метою міжнародного логістичного сервісу є забезпечення необхідного рівня задоволення вимог клієнта за якнайнижчих сукупних витрат, що передбачає гарантоване отримання ним продукту відповідної якості, кількості та асортименту у визначеному місці, у визначений час та за визначеною ціною (Економічна, 2001).

Об'єктом логістичного сервісу, з одного боку, є сам товар у своїй фізичній формі, з іншого – різні споживачі матеріального потоку.

Таким чином, предметом логістичного сервісу є певний комплекс (набір) відповідних послуг.

3.2.Класифікація міжнародних логістичних послуг

Залежно від *етапу обслуговування* виділяють такі види логістичних послуг (Економічна, 2002):

– *передпродажні (допродажні) логістичні послуги* – передбачають визначення та планування політики виробника товарів у сфері формування системи логістичного сервісу;

– *логістичні послуги під час продажу товарів* – передбачають наявність товарних запасів на складі, виконання замовлень (у тому числі підбір асортименту, пакування, формування вантажних одиниць

та інші операції), забезпечення надійності доставки, надання інформації про пересування вантажів;

– *післяпродажні логістичні послуги* – охоплюють гарантійне обслуговування, зобов'язання розглянути претензії покупців, проведення ремонтних робіт, підготовку ремонтного персоналу, постачання запасних частин, інфраструктуру сервісу, утилізацію старої продукції.

За сферою використання виділяють також (Біловодська, 2009):

– *сервіс споживчого попиту*, який передбачає послуги, що надаються на всіх етапах і визначають термін поставки, комплектність, якість, обсяг, готовність і частоту поставки, вантаження і розвантаження, безвідмовність та своєчасність, спосіб замовлення;

– *виробничий сервіс*, який передбачає надання послуг, спрямованих на ефективне використання продукції та виявлення її можливостей (доробка та модифікація, усунення помилок, випробування, монтаж і налагодження, організація експлуатації, навчання персоналу);

– *сервіс інформаційного обслуговування*, який визначається обсягом і різноманітністю інформації, що надається потенційному споживачу, про продукцію фірми та її сервісне обслуговування (рекламна діяльність, каталоги та прейскуранти, технічна документація, правила гарантії, експлуатаційна документація);

– *фінансово-кредитний сервіс* – надання покупцю різноманітних варіантів оплати товару (оплата за фактом, у розстрочку, варіантність системи знижок і пільг, можливість банківських, комерційних, товарних та інших форм кредиту).

Класифікація логістичних послуг здійснюється і за

функціональними ознаками: *транспортними, експедиційними, пакувальними* та ін.

3.3. Організаційний механізм міжнародного логістичного сервісу

У західній практиці широко використовуються поняття «логістика сервісного відгуку» (SRL), що визначається як процес координації логістичних операцій, необхідних для надання послуг найефективнішим щодо витрат і задоволення запитів споживачів способом. SRL – підхід є найчастіше основним стратегічним елементом менеджменту багатьох закордонних підприємств, які надають послуги. Критичними елементами цього підходу є прийом замовлень на послуги і моніторинг надання послуг. Як і матеріальні потоки, потоки послуг поширюються у певному середовищі доставки (для готової продукції – у розподільчій мережі), в якій існують ланки логістичної системи, логістичні канали, ланцюги тощо.

У загальному вигляді ***організаційний механізм міжнародного логістичного сервісу*** – це комплекс організаційно-економічних заходів, які забезпечують надання логістичних послуг. На Заході в цьому контексті використовують поняття *логістика сервісного відгуку (service response logistic - SRL)*, що означає процес координації логістичних операцій, які необхідні для надання послуг найбільш ефективним способом з точки зору витрат та задоволення запитів споживачів. Основним елементом цього підходу є прийняття замовлень на послуги і моніторинг надання послуг. До SR-дій відносять (Біловодська, 2009):

- прогнозування обсягу послуг;
- збирання інформації про запропоновані послуги;
- вибір каналу просування послуг;

- наймання персоналу служби сервісу і ротацію кадрів;
- навчання персоналу служби сервісу;
- розклад роботи персоналу та сервісного обладнання;
- управління потужностями сервісного обладнання;
- реєстрацію клієнтів та ведення електронних баз даних;
- оцінювання потреб клієнтів і взаємодію з ними;
- моніторинг доведення послуг до споживача;
- організацію виставок;
- планування та контроль сервісної мережі;
- контроль комунікацій;
- передачу інформації про послуги тощо.

Отже, зіставлення дій з управління матеріальними потоками в логістичному ланцюгу (*SC-дії*) та дій з управління сервісними потоками (*SR-дії*) дає підстави зробити висновок, що менеджерам з логістики в компаніях, які надають послуги, доречно використовувати принципи та методи управління матеріальними потоками, звертаючи увагу лише на комплексний характер процедур замовлень та моніторингу послуг.

Організаційно-економічний механізм міжнародного логістичного сервісу насамперед пов'язаний із визначенням обсягу витрат на логістичний сервіс. Сучасний підхід до оцінювання логістичних витрат ґрунтується на концепції загальних витрат логістики (Кальченко, 2008), згідно з якою враховуються всі витрати, необхідні для забезпечення потреб логістики.

Тому *витрати на логістичне обслуговування* – це витрати, пов'язані з наданням споживачу комплексу послуг, пов'язаних із допродажним та післяпродажним обслуговуванням, а також

безпосередньо під час продажу продукції. До них належать витрати на доставку продукції, пакування, оброблення замовлень, інформаційну систему тощо.

Якість логістичного обслуговування визначається розміром розриву (розбіжності) між очікуваними та фактичними параметрами обслуговування. Так, якщо фактичні параметри логістичного обслуговування перевищують очікувані, то дана логістична система сприяє формуванню додаткових конкурентних переваг компанії, і, навпаки, якщо очікувані параметри перевищують фактичні, то виникає загроза втрати фактичних і потенційних споживачів, конкурентних позицій компанії, що насамкінець призведе до втрати частки ринку і прибутків (Кальченко, 2008).

Оцінювання якості обслуговування в логістиці базується на достатньо широкому колі показників, які відображають як локальні, так і комплексні характеристики.

3.4. Критерії оцінювання якості міжнародного логістичного сервісу

Оцінка якості обслуговування в логістиці базується на достатньо широкому колі показників, які відображають як локальні, так і комплексні характеристики.

До показників, що *локально* характеризують систему логістичного обслуговування, можна віднести (Кальченко, 2008):

- *з огляду на задоволення споживацького попиту:*
 - рівень надійності поставок, що визначається як частка своєчасно поставлених партій товарів;
 - кількість відмов із розрахунку на весь обсяг продаж та за

- кожним видом номенклатури через відсутність виробничих ресурсів і неефективність їх використання за конкретний період;
- кількість відмов із боку споживачів через відхилення цін від середньоринкових;
 - імовірність безвідмовного виконання прийнятого замовлення за критерієм часу та якості;
 - з огляду на зіставлення послуг компанії з конкурентами або станом на ринку:
 - кількість послуг та можливі обсяги їх забезпечення порівняно з аналогічними показниками конкурентів;
 - якість логістичних послуг порівняно із середньоринковим рівнем якості;
 - час поставок відносно середньоринкового часу поставок за кожним видом продукції;
 - час надання послуг порівняно із середньоринковим;
 - ціна послуг порівняно із середньоринковою.

Важливим критерієм, який дозволяє комплексно оцінити якість обслуговування як з позицій постачальника, так і з позицій одержувача послуг, є *рівень сервісу* (або *рівень логістичного обслуговування*). Цей показник можна обчислювати шляхом зіставлення (Біловодська, 2009):

- 1) фактичного та теоретично можливого обсягів логістичних послуг:

$$PC = \frac{V_{\text{факт}}}{V_{\text{теор}}} \cdot 100, \quad (3.1)$$

де PC – рівень сервісу, %; $V_{факт}$ – кількісна оцінка фактично наданого обсягу логістичних послуг, грн; $V_{теор}$ – кількісна оцінка теоретично можливого обсягу логістичних послуг, грн;

2) часу, фактично витраченого у процесі надання логістичних послуг, і часу, який необхідно було б витратити в разі надання всього комплексу можливих логістичних послуг:

$$PC = \frac{\sum_{i=1}^n t_i}{\sum_{i=1}^N t_i} \cdot 100, \quad (3.2)$$

де n – фактичний обсяг наданих послуг, найменувань; N – обсяг послуг, які теоретично можуть бути надані, найменувань; $\sum_{i=1}^n t_i$ – сумарний час, фактично витрачений для надання послуг, год; $\sum_{i=1}^N t_i$ – сумарний час, що може бути теоретично витрачений для виконання всього комплексу послуг, год.

Для оцінки рівня міжнародного логістичного сервісу вибирають найбільш впливові види послуг, тобто ті, надання яких вимагає значних витрат, а ненадання пов'язане з істотними втратами на ринку, бо неврахування вимог ринку призводить до збитків.

Запитання для самоконтролю

1. У чому основний зміст поняття «логістичний сервіс»?
2. Яка головна мета та об'єкт міжнародного логістичного сервісу?
3. Назвіть основні види міжнародних логістичних послуг.
4. Механізм організації логістичного сервісу.
5. Які існують критерії оцінювання якості міжнародного логістичного сервісу ?

Тема 4. Організаційно-правові засади здійснення міжнародних логістичних послуг

- 4.1. Правовий аспект здійснення міжнародних логістичних послуг.
- 4.2. Фінансові проблеми під час здійснення міжнародних логістичних операцій.
- 4.3. Особливості розвитку логістичного аутсорсингу в Україні.

Ключові слова: логістичні послуги; логістичний аутсорсинг; ключові компетенції; глобальні конкурентні переваги.

4.1. Правовий аспект здійснення міжнародних логістичних послуг

Грамотне ведення логістичних операцій вимагає знання основ сучасного господарського права України, що стосується укладення договорів (контрактів) як основи закупівель, постачання товарів і їхньої оплати.

Договір оформляється у разі, якщо одна сторона пропонує якусь партію товарів за призначеною ціною і на визначених умовах постачання, а інша сторона – приймає цю пропозицію. Здебільшого договори бувають письмовими (контракти), але можливі й усні, які часто виконуються не менш ретельно. Порівняно рідке застосування усних договорів пов'язано насамперед з тим, що відсутність документа ускладнює доказ наявності договору в судових інстанціях. У сучасній логістиці в Україні застосовуються в основному два види договорів – це договір (контракт) купівлі-продажу і договір (контракт) постачання.

Договір (контракт) повинен мати вартість, тобто він стає договором в юридичному змісті тільки коли в ньому зафіксовані фінансові умови.

Право укладати договори (контракти) мають тільки строго визначені посадові особи (директор, генеральний директор), уповноважені фірмою і діючі від її імені.

Структура договору (контракту), що відповідає законодавству України, має розділи (Олійник, 2011):

У разі контракту міжнародної купівлі-продажу товару:

1. Предмет контракту.
2. Ціна контракту.
3. Терміни і дата постачання.
4. Якість товару.
5. Упакування і маркування.
6. Умови оплати.
7. Передача і приймання товару.
8. Претензії.

9. Форс-мажор.

10. Штрафні санкції.

11. Арбітраж.

12. Інші умови.

Завершальний етап виконання договору (контракту) – доручення рахунків на оплату замовлених товарів. Водночас усі рахунки необхідно перевірити відповідно до декількох основних правил:

- після одержання рахунка упевнитись, що він призначений саме вам;
- звірити номер замовлення, зазначений у рахунку з номером замовлення в наявній у вас копії, а також з повідомленням про одержання товару зі складу (від відділу одержувача).

Якщо в документах немає суперечностей, бухгалтерія оплачує рахунки. Під час оплати рахунків використовуються, зазвичай, безготівкові розрахунки, але можуть виконуватися також готівкові платежі, якщо інше не встановлено законом. Під час здійснення розрахунків допускаються розрахунки платіжними дорученнями, акредитивом, чеками, розрахунки за інкасо й у формах, передбачених законом, установленими відповідно до нього банківськими правилами і застосовуваними в банківській практиці звичаями ділового обороту.

Форми розрахунків і способи платежу за договором закупки:

1. Розрахунки платіжними дорученнями. За цією формою розрахунків банк зобов'язується за дорученням платника, за рахунок коштів, що перебувають на його рахунку, перевести необхідну грошову суму на рахунок зазначеної платником особи в цьому ж або іншому банку в термін, установлений законом, якщо коротший

термін не передбачений договором банківського рахунка або не визначається застосовуваними в банківській практиці звичаями ділового обороту.

2. Розрахунки акредитивом. За розрахунками за акредитивом банк, що діє за дорученням платника про відкриття акредитиву і відповідно до його вказівки (банк-емітент), зобов'язується виконати платежі одержувачу коштів або оплатити, акцептувати, врахувати переказний вексель або дати повноваження іншому банку (виконуючому банкові) виконати платежі одержувачу засобів або оплатити, акцептувати або врахувати переказний вексель.

3. Розрахунки по інкасо. За цією формою розрахунків банк (банк-емітент) зобов'язується за дорученням клієнта здійснити за його рахунок дії з одержання від платника і (або) акцепту – платежу (Олійник, 2011).

4.2. Фінансові проблеми під час здійснення міжнародних логістичних операцій

Проблеми, пов'язані з фінансовими стимулами в ланцюгах поставок, виникають з трьох причин (Олійник, 2011).

По-перше, коли компанія не в змозі слідкувати за діями інших фірм, тоді їй складно переконати партнерів робити все можливе для успішного функціонування ланцюга поставок. Так, якщо підприємство–виробник не може контролювати дії торгівельної компанії з просування своєї продукції, йому складно створювати стимули, які б спонукали фірму–продавця до дій, максимально

вигідних для обох компаній. Подібні так звані «приховані дії» існують у ланцюгу поставок на всій його протяжності.

По-друге, інтереси партнерів складно узгоджувати, коли одна компанія володіє інформацією, якої немає в інших учасників ланцюга поставок. Так, небагато постачальників погоджуються надати дані про свої витрати, оскільки бояться, що виробники скористаються цим для зменшення норми прибутку. Отже, через відсутність такої інформації ланцюги постачання працюють не так ефективно, як могли б.

По-третє, системи фінансового стимулювання учасників ланцюгів поставок часто є погано спланованими, непродуманими. Так, якщо виробник буде стимулювати постачальника щодо збільшення обсягів поставок без урахування змін ринкової кон'юнктури, то компанія-виробник може понести збитки, що знизить її прибутки.

До основних методів узгодження фінансових стимулів у ланцюгах поставок належать:

1. Належне пророблення договорів.
2. Виявлення прихованої інформації.
3. Розвиток довіри між партнерами.

Належна *проробка договорів* передбачає внесення необхідних змін у договори з фірмами-партнерами. Зокрема, якщо причиною неузгодженості стимулів є приховані дії, то прояснити їх допоможуть додаткові пункти договору, де передбачається винагорода або штрафні санкції за результатами праці партнерів. Якщо проблема в погано спланованих стимулах, змінювати договір негайно необхідно. Компанії часто недооцінюють значення ретельної проробки договорів з партнерами по ланцюгу постачання, однак у дійсності вона дає

відчутні результати. За допомогою невеликої зміни фінансових стимулів можливо швидко і повністю перетворити ланцюг поставок. Так, у менеджерів однієї української компанії у випадку крадіжки товарів з магазину із зарплати вираховувалась повна вартість вкраденого. Відповідно цим менеджерам головну увагу довелося сконцентрувати на попередженні крадіжок замість збільшення обсягів продажу. Тому вони більше часу витрачали на приймання товару, ніж на демонстрацію продукції споживачам; щоб попередити крадіжки, під час приймання товару магазин закривався; товари для імпульсної купівлі (батареї тощо) поміщалися у вітрини, що замикалися на замки.

Другий метод узгодження фінансових стимулів учасників ланцюга поставок полягає в *контролі динаміки показників діяльності партнерів*, а також у поширенні інформації про діяльність партнерів по всьому ланцюгу поставок. Оцінювання великої кількості змінних у їх динаміці є дуже ефективним для виявлення прихованих дій.

Критично важливе значення для оцінювання витрат, пов'язаних з прихованими діями, також мають інформаційні системи, розроблені за принципом обліку витрат за видами діяльності. Сутність її полягає в поділі товарів, що постачаються, або послуг, що надаються, залежно від їхньої прибутковості. На відміну від традиційного договору, система ціноутворення на підставі обліку витрат за видами діяльності передбачає складання переліку послуг та розцінок на кожну з них.

Завершальний третій метод вирішення проблем ланцюгів поставок, пов'язаних з фінансовими стимулами, передбачає створення *механізмів взаємної довіри*.

Це може видатися дивним, оскільки, якщо стимули узгодженні, то фірми, швидше всього, довіряють одна одній. Але якщо компанія з самого початку усвідомлює що працювати з партнерами буде складно, то можна залучити посередників, які допоможуть не допустити розвалу ланцюга поставок.

Використання посередників набувало популярності через те, що американські та європейські компанії передавали функції виробництва субпідрядникам в країнах, що розвивалися, де частіше виникали складнощі з імплементацією юридичних угод. Так, у взаємовідносинах західних компаній та азійських виробників чи постачальників компонентів сторони часто відчують недовіру один до одного. Імпортери переконані, що постачальники не дотримуватимуться термінів поставок, що вони неспроможні забезпечити належну якість та можуть розірвати відносини, віддавши перевагу компаніям, які запропонують більш високі ціни. Крім того, вони бояться, що підрядники знижуватимуть свої витрати, пропонуючи хабарі чиновникам або використовуючи дитячу працю.

Висока ефективність узгодження фінансових стосунків фірм, що беруть участь у ланцюгу поставок, полягає насамперед у тому, що всі учасники зможуть отримувати значно більший прибуток.

4.3. Особливості розвитку логістичного аутсорсингу в Україні

У процесі здійснення логістичної діяльності постає проблема вибору механізму надходження ресурсів та їх трансформації в продукцію та послуги в межах підприємства або самостійно (інсорсинг), навіть якщо виробничі потужності розміщені в різних географічних регіонах, або із залученням аутсорсингових фірм. На

основі систематизації видів логістичної діяльності (Вернюк, 2019) виділяють логістику:

- першого рівня (1PL, внутрішня логістика);
- другого рівня (2PL, зовнішня логістика за умов виконання традиційного спектру послуг, включаючи транспортування та складування);
- третього рівня (3PL, зовнішня логістика за умов інтеграції всіх логістичних послуг в єдиний комплекс; при цьому залучаються додаткові послуги з консультування, проміжного зберігання вантажів, залучення сучасних інформаційних систем, використання численних субпідрядників).
- четвертого рівня (4PL, поєднання можливостей внутрішньої та зовнішньої логістики із залученням ERP-систем);
- п'ятого рівня (5PL, Інтернет-логістика).

У процесі здійснення логістичного аутсорсингу виділяють такі фази (Halvey, 2007):

- планування (ідентифікація цільових ринків, визначення діапазону транзакцій, оцінювання потенційних контрагентів, формування пропозицій співпраці, прогнозування параметрів попиту та пропозиції щодо інсорсингових та аутсорсингових логістичних послуг);
- узгодження умов контрактів з контрагентами (аналіз пропозицій, оцінка сприятливих можливостей та загроз, вибір контрагентів, проведення ділових переговорів);
- укладання угоди про логістичний аутсорсинг (визначення принципів управління персоналом та менеджменту якості,

узгодження цінових параметрів, регламентація умов контролю за ефективністю діяльності контрагентів);

– координаційні дії після укладання контракту щодо логістичного аутсорсингу (моніторинг ефективності виконання доручених повноважень, аналіз рівня задоволення потреб клієнтів, оперативне реагування на прояви неякісного виконання логістичних функцій, внесення коректив або припинення дії окремих контрактів) (Багіров, 2011).

У сучасних економічних умовах компанії змушені переглядати підходи до організації бізнесу, обмежуючи до мінімуму все несуттєве: непрофільні види діяльності, допоміжні активності, центри витрат. Але потреба в продукті такої непрофільної діяльності нікуди не зникає. Тому, на національному ринку логістичних послуг починає з'являтися все більше компаній, які пропонують послуги логістичного аутсорсингу, концепція якого полягає у відсутності у підприємства–виробника необхідності використовувати власні ресурси для організації тих логістичних операцій, які він може довірити зовнішньому партнеру, тобто логістичному провайдеру (Halvey, 2007 Simchi-Levi D., 2007).

Позбавлення від неефективних або непрофільних бізнес–процесів (складування, транспортування, фізичний розподіл та ін.) дозволяє вивільнити капітал для розвитку основних видів діяльності, скоротити терміни розробки нової продукції та ін.

Становлення системи аутсорсинга в Україні стримують чимало зовнішніх факторів. Найбільш важливими проблемами для розвитку даної галузі логістики є наступні:

– невизначеність статусу логістичного оператора;

– відсутність нормативно-правової бази, що регламентує діяльність провайдерів логістичних послуг;

– відставання в розвитку інфраструктури ринку транспортно-експедиційних і складських послуг;

– загальна нестабільність і непередбачуваність політико-економічної ситуації в країні.

Під час впровадження логістичного аутсорсингу на фірмі потрібно визначитися чи потрібно використовувати саме логістичний аутсорсинг. Проект переходу компанії на логістичний аутсорсинг повинен містити в собі відповіді на наступні питання:

– мета компанії під час переходу до аутсорсингу логістики, етапи переходу й завдання за етапами;

– планований фінансовий результат на перспективу (рік, три роки й більше);

– витрати на реалізацію проекту;

– строки реалізації проекту початок-закінчення;

– ресурси, що вивільняються, зразковий план їхнього вивільнення;

– перелік нормованих логістичних і фінансових показників оцінки роботи аутсорсера;

– перелік вимог до аутсорсера (Halvey, 2007; Simchi-Levi D., 2007).

У країнах Європи спостерігається значний рівень обсягів логістичних функцій, переданих на виконання аутсорсинговим фірмам, зокрема, 61 % у сфері транспортних послуг, 13 % – управління флотом, 5 % – підтримки клієнтів, 8 % – управління запасами, 6 % – обліку замовлень, 35 % – складського господарства, 11 % – кастомізації, 15 % – реверсної логістики, 25 % – інформаційних систем (Логістичні операції, 2019).

Насамперед логістичний аутсорсинг необхідний компаніям, які хочуть розширитися, наприклад, вирости з регіонального рівня до національного рівня покриття. Зрозуміло, що в аутсорсингу логістики бідують насамперед фірми, в яких представляють малий і середній бізнес. Обороти великих компаній, зазвичай, дозволяють їм власникам мати власні логістичні підрозділи. Але не все так однозначно.

Логістичний аутсорсинг необхідний, насамперед, зростаючим компаніям, у яких витрати часу на організацію внутрішньої логістики стають усе більше істотними.

Отже, зважившись на логістичний аутсорсинг, необхідно вибрати відповідного партнера-виконавця (логістичного оператора), з огляду на його фінансові, організаційні, технічні й професійні можливості.

За результатами досліджень холдингу «ANCOR» (Вернюк, 2019), 36% респондентів визнали, що їхні компанії передають бізнес-процеси на аутсорсинг; серед них ІТ-послуги займають 40,5 %, логістика – 35,1 %, ресурсне забезпечення виробничих процесів – 27,0 %, маркетингові послуги – 21,6 %.

Серед чинників привабливості України для зарубіжних аутсорсингових компаній виділяють такі (Вернюк, 2019):

- зрілий та динамічний ІТ-ринок;
- значна кількість висококваліфікованих спеціалістів, які володіють передовими технологіями;
- розвинена система освіти, велика кількість університетів і науково-дослідних установ;
- високий рівень володіння англійською мовою серед працюючого населення;

- процеси економічної та політичної трансформації, орієнтовані на бізнес-моделі Заходу;
- вигідне географічне розташування;
- культурна спорідненість із Західною Європою та географічне розташування;

Необхідно зазначити чинники, які перешкоджають розвитку ринку логістичного аутсорсингу в Україні: відсутність сприятливого інвестиційного клімату, низький рівень розвитку фондового ринку та логістичної інфраструктури, нестабільна фінансово-економічна ситуація, недосконалість контрактних відносин, високий рівень корупції та бюрократичні перепони розвитку підприємництва.

Нині вітчизняні підприємства функціонують у динамічному глобальному середовищі і вимушені приймати і втілювати в життя відповідні стратегічні та оперативні управлінські рішення.

Використання ефективної системи логістичного аутсорсингу із залученням сучасних механізмів менеджменту може бути передумовою інноваційного розвитку та забезпечення конкурентних позицій вітчизняних суб'єктів підприємництва. Це вимагає застосування регуляторних та стимулюючих механізмів, які б сприяли збільшенню кількості спеціалізованих фірм, що надають підприємствам разові та довгострокові логістичні аутсорсингові послуги.

Тенденції збільшення обсягів логістичних функцій, переданих на виконання аутсорсинговим фірмам у країнах Європи, свідчать про можливість сталого економічного розвитку ринку логістичного аутсорсингу в Україні. Пристосування параметрів та факторів виробництва вітчизняних компаній до вимог кон'юнктури

глобального ринку можливе за умов залучення механізмів логістичного аутсорсингу, що є передумовою здобуття сталих глобальних конкурентних переваг.

Запитання для самоконтролю

1. Які види договорів використовуються в операціях із закупівлі, постачання товарів та їхньої оплати?
2. Охарактеризуйте особливості договору (контракту) в системі закупівельної логістики.
3. Яка структура договору (контракту) відповідає законодавству України у разі міжнародної купівлі – продажу товару?
4. Який завершальний етап виконання договору (контракту)?
5. Які форми розрахунків можуть обрати та використовувати сторони за договором (контрактом)?
6. Які види договорів отримали найбільше застосування в практиці закупівельної логістики?

Тема 5. Розподільча логістика та логістика посередництва

5.1. Роль розподільчої логістики у сфері надання міжнародних логістичних послуг.

5.2. Логістичні посередники в контексті міжнародних логістичних послуг

5.3. Distribution requirement planning (DRP) в системі міжнародних логістичних послуг

5.4. Розподільчі центри у міжнародних логістичних ланцюгах

5.1. Роль розподільчої логістики у сфері надання міжнародних логістичних послуг

На макрорівні до завдань розподільчої логістики відносять:

- вибір логістичної схеми розподілу матеріального потоку;
- визначення оптимальної кількості розподільчих центрів (оптових баз, складів, терміналів) на території, що обслуговується;
- визначення оптимального місця розміщення розподільчих центрів на території, що обслуговується, а також низка завдань, пов'язаних з управлінням процесом просування матеріального потоку.

Збутова логістика, або розподільча логістика – невід'ємна частина міжнародної логістичної діяльності, що пов'язана з організацією ефективного розподілу готової продукції. Вона охоплює весь ланцюжок системи розподілу: маркетинг, транспортування, складування тощо.

Основними завданнями збутової логістики у міжнародному контексті є (Коровяковский, 2010):

- максимізація прибутку підприємства за більш повного задоволення попиту споживачів;
- ефективне використання виробничого апарату підприємства за рахунок оптимального завантаження виробничих потужностей замовленнями споживачів;
- раціональна поведінка на ринку з урахуванням його постійно змінної кон'юнктури.

Цілі, завдання та функції збутової логістики вимагають певних форм організації процесу збуту готової продукції. Організація збутової логістики містить у собі:

- організацію процесу збуту готової продукції з урахуванням принципів і методів логістики;
- організацію управління збутом як сукупністю логістичних операцій, логістичних ланцюгів і логістичних систем;
- організацію взаємодії учасників збутової діяльності, тобто суб'єктів збутової логістики.

Комерційне посередництво є процесом надання послуг з організації товарного обміну на еквівалентній основі товаровиробникам і споживачам. Послуги, що надаються комерсантами споживачам, створюють умови для того, щоб матеріальні блага, вироблені в масовому порядку багатьма підприємствами, розміщені на значній території, були доступними в такій кількості та якості, в такому місці і в такий час, які зручні для цих споживачів. Комерсанти беруть на себе виконання таких операцій, як складання і дроблення партій товарів, їх транспортування і зберігання, формування товарного асортименту, комплектування товарів і багато іншого.

До *основних функцій* посередницької логістики можна віднести

(Коровяковский, 2010):

- 1) планування та організацію закупівель товарів у товаровиробників (продавців);
- 2) планування та організацію доставки закуплених товарів на бази і склади комерційних посередників;
- 3) організацію приймання, розміщення, зберігання товарів на базах і складах комерційних посередників;
- 4) управління товарними запасами у сфері торгівлі;
- 5) планування та організація продажу товарів покупцям;
- 6) організацію допродажного та післяпродажного обслуговування споживачів.

Кількість та об'єднання комерційних посередників у каналах товароруку можуть бути найрізноманітнішими. Вони визначаються товарною номенклатурою, характером виробництва і споживання, географією продавців і покупців і багатьма іншими факторами. Відповідно до цього відрізняються і *форми організації торговельної логістики*, під якими ми розуміємо взаємозв'язані та взаємообумовлені поєднання різноманітних логістичних елементів у складі логістичних ланцюгів і систем (Козловський, 2012).

Поряд із каналами товароруку однією з основних ознак класифікації форм організації торговельної логістики є *галузева спеціалізація комерційного посередництва*. Для двох основних секторів економіки (виробництво засобів виробництва і виробництво товарів народного споживання) існують власні *моделі організації торговельної логістики* (Козловський, 2012):

- у секторі виробництва засобів виробництва – матеріально-технічне постачання і збут;

– у секторі виробництва товарів народного споживання – торгівля, яка сприймається в цьому разі у вузькому розумінні, тобто як торгівля товарами народного споживання.

На організацію торговельної логістики впливають також форми власності підприємств комерційного посередництва.

Організація торговельної логістики передбачає таку послідовність логістичних операцій:

1) *планування закупівель товарів для подальшого перепродажу.* Для цього потрібно знати платоспроможний попит покупців і мати необхідні ресурси для задоволення виявленого попиту;

2) *вибір форм організації закупівель.* Ефективність торговельної логістики багато в чому залежить від наявності альтернатив у плануванні та організації закупівель;

3) *організація закупівель товарів для подальшого перепродажу.* Бажано дотримуватися прийнятого плану та оптимальних форм організації закупівель, оперативно реагуючи на зміни зовнішнього і внутрішнього середовищ торговельної логістики;

4) *вибір форм управління запасами.* Тут можливе використання різних політик підприємства комерційного посередництва. Ефективною визнається така політика, за якою максимум надійності в поставках товарів споживачам забезпечується за наявності мінімуму товарного запасу;

5) *управління запасами товарів.* Сукупність заходів передбачає підтримання запасів на оптимальному рівні. Крім того, ця логістична операція охоплює все, що пов'язане зі складським переробленням товарів, навіть викладення їх на полицях магазинів чи спеціальних стендах;

б) *вибір форм організації поставок*. Основним напрямом діяльності комерційних посередників є продаж (поставка) товарів споживачам. Існує велика різноманітність способів продажу (поставок), що дозволяє встановити придатний для кожного покупця варіант, який до того ж буде вигідним підприємству комерційного посередництва;

7) *планування та організація поставок товарів*. План поставок повинен бути збалансованим за ресурсами (фінансовими і трудовими), технологією товароруку, контрагентами та іншими елементами;

8) *вибір форм обслуговування споживачів*. Торговельна логістика набуває досконалих форм, коли містить не лише закупівельну і постачальницьку діяльність, але й максимально можливий комплекс послуг, пов'язаних із фізичним переміщенням товарів і підготовкою їх до споживання. Під час виборі форм обслуговування споживачів необхідно керуватися принципом оптимальної достатності, суть якого полягає в тому, що та чи інша послуга взаємовигідна як посереднику, так і покупцеві;

9) *організація обслуговування споживачів*. Після прийняття рішення щодо запровадження тієї чи іншої послуги повинна бути розроблена технологія її надання і створені необхідні організаційно-економічні передумови.

Основна *принципова відмінність логістичної організації торгівлі* від традиційної – це потенційна можливість одержання ефекту інтеграції зусиль усіх учасників процесу фізичного переміщення товарів у сфері міжнародного комерційного посередництва (Біловодська, 2009).

5.2. Логістичні посередники в контексті міжнародних логістичних послуг

Під час формування каналу розподілу товару на перше місце висувається рішення про структуру каналу, тобто про кількість рівнів каналу і про конкретний склад членів каналу. Необхідною умовою можливості вибору каналу розподілу є наявність на ринку великої кількості посередників.

Логістичні посередники в каналах розподілу виконують певні функції, які можна розділити на:

- функції (операції) фізичного розподілу;
- функції обміну (купівлі-продажу);
- підтримуючі функції (стандартизації якості дистрибуції, фінансування, інформаційної підтримки, страхування ризиків тощо).

Посередниками в операціях фізичного розподілу є різні спеціалізовані транспортні, експедиторські, транспортно-експедиторські фірми, компанії фізичного розподілу, вантажні термінали і термінальні комплекси, вантажні розподільчі центри, підприємства із сортування, затарювання та пакування готової продукції, вантажопереробні та інші підприємства.

Серед посередників у дистрибуції, які виконують підтримуючі функції, можна виокремити підприємства та установи фінансового сервісу (банки, фінансові компанії, клірингові та розрахункові центри і компанії тощо), підприємства інформаційного сервісу (інформаційно-диспетчерські центри, обчислювальні центри колективного користування, підприємства зв'язку і телекомунікацій тощо), страхові компанії, установи стандартизації, ліцензування та сертифікації і т.д (Прокоф'єва, 2009).

Центральне місце серед посередників у дистрибуції займають торгові посередники, які крім безпосередньо функцій обміну (купівлі-продажу) товару можуть виконувати й інші вищезазначені функції, наприклад, транспортування, експедирування, страхування, вантажопереробки, управління запасами, кредитно-фінансового обслуговування, передпродажного і післяпродажного сервісу і т.д.

Основними причинами, які зумовлюють використання торгових посередників під час формування логістичних каналів і ланцюгів є (Основы, 2001):

1) управління потоковими процесами на основі логістичної концепції вимагає наявності певних фінансових, матеріальних, кваліфікаційних і інших ресурсів. Чим вищі вимоги до ефективності управління, тим більше засобів і ресурсів може знадобитися.

2) формування оптимальної структури логістичних каналів і ланцюгів, а також подальше її удосконалення передбачає наявність знань і досвіду у сфері кон'юнктури ринку зі структури товарних потоків, методів реалізації та способів розподілу.

Класифікацію торгових посередників можна провести за поєднанням двох ознак:

- від імені кого працює посередник;
- за чий рахунок посередник проводить свої операції.

Можна виділити чотири типи торгових посередників: своє ім'я свій рахунок, своє ім'я – чужий рахунок, чуже ім'я - свій рахунок, чуже ім'я - чужий рахунок (табл. 5.1).

Дилери – це оптові, рідше роздрібні посередники, які ведуть операції від свого імені і за свій рахунок. Товар закуповується ними (а договором постачання. Отже, дилер стає власником продукції після

повної оплати поставки. Відносини між виробником і дилером припиняються після виконання всіх умов за договором постачання. Проте взаємини виробника з дилерами останнім часом (добувають різноманітні форми через прагнення виробників формувати вертикальні канали розподілу. Водночас дилери стають власниками привілеїв, поєднуючи у своїх руках ряд послідовних етапів процесу виробництва і розподілу. У логістичному ланцюзі дилери розташовані найближче до кінцевих споживачів.

Таблиця 5.1 - Типи торгових посередників у каналах розподілу (Кальченко,2008)

| <i>Тип посередника</i> | <i>Ознака класифікації</i> |
|------------------------|-------------------------------------|
| Дилер | Від свого імені і за свій рахунок |
| Дистриб'ютор | Від чужого імені і за свій рахунок |
| Комісіонер | Від свого імені і за чужий рахунок |
| Агент, брокер | Від чужого імені і за чужий рахунок |

Розрізняють два види дилерів. Ексклюзивні дилери є єдиними представниками виробника в цьому регіоні та наділені виключними правами щодо реалізації його продукції. Дилери, які співробітничують з виробником на умовах франшизи, називаються авторизованими.

Дистриб'ютори - оптові та роздрібні посередники, які ведуть операції від імені виробника і за свій рахунок. Як правило, виробник надає дистриб'ютору право торгувати своєю продукцією на певній території і протягом певного терміну. Отже, дистриб'ютор не є власником продукції. За договором він набуває права на продаж продукції. Дистриб'ютор може діяти і від свого імені. У цьому разі в

межах договору про надання права на продаж укладається договір постачання. У логістичному ланцюзі дистриб'ютори зазвичай займають позицію між виробником і дилерами.

Комісіонери - це оптові та роздрібні посередники, які проводять операції від свого імені та за рахунок виробника. Комісіонер не є власником продукції. Виробник (або комітент у цій операції) залишається власником продукції до її передачі й оплати кінцевим споживачем. Договір про постачання продукції укладається від імені комісіонера. Таким чином, комісіонер є посередником тільки для комітента, а не для кінцевого споживача, гроші якого перераховуються на рахунок комісіонера. Водночас ризик випадкового псування і втрати продукції лежить на комітенті. Комісіонер зобов'язаний забезпечити збереження товару. Він відповідає за втрату або ушкодження продукції з вини комісіонера. Винагорода комісіонеру виплачується зазвичай у вигляді відсотків від суми проведеної операції або як різниця між ціною, призначеної комітентом, і ціною реалізації.

Агенти - посередники, які виступають як представники або помічники іншої основної щодо нього особи (принципала). Зазвичай агенти є юридичними особами. Агент укладає угоди від імені і за рахунок принципала. За обсягом повноважень агенти поділяються на дві категорії. Універсальні агенти здійснюють будь-які юридичні дії від імені принципала. Генеральні агенти вкладають лише угоди, зазначені в дорученні. За свої послуги агенти отримують винагороду як за тарифами, так і за домовленістю з принципалом. Найбільш розповсюджений вид агентської винагороди - відсоток від суми укладеної угоди.

Брокери - посередники під час укладання угод, які зводять контрагентів. Брокери не є власниками продукції, як дилери або дистриб'ютори, і не розпоряджаються продукцією, як дистриб'ютори, комісіонери або агенти. На відміну від агентів, брокери не перебувають в договірних відносинах з жодною із сторін угоди, яку укладають, і діють лише на основі окремих доручень. Брокерів винагороджують тільки за продану продукцію. Їх доходи можуть, формуватися як певний відсоток від вартості проданих товарів и ч і як фіксована винагорода за кожен продану одиницю товару.

Кількість і тип посередників у каналі розподілу визначається рипом системи розподілу. У маркетингу розроблено три підходи до рішення цієї проблеми: інтенсивний розподіл, ексклюзивний розподіл і селективний розподіл.

Інтенсивний розподіл передбачає забезпечення запасами продукції якомога більшої кількості торгових підприємств.

Ексклюзивний розподіл передбачає навмисно обмежену кількість посередників, які торгують даною продукцією в межах збутових територій.

Селективний розподіл - це дещо середнє між методами інтенсивного та ексклюзивного розподілу. Селективний розподіл дозволяє виробнику досягти необхідного охоплення ринку за умови більш жорсткого контролю і з меншими витратами, ніж при організації інтенсивного розподілу.

Для підвищення ефективності збуту продукції та з метою економії засобів організації часто використовують багатоканальні системи розподілу продукції.

Кожен виробник на основі маркетингових досліджень ринків збуту своєї продукції визначає структуру можливих каналів розподілу, їх зв'язок з конкретними категоріями споживачів та один з одним.

Під час формування каналу розподілу товару на перше місце висувається рішення про структуру каналу, тобто про кількість рівнів каналу і про конкретний склад членів каналу. Необхідною умовою можливості вибору каналу розподілу є наявність на ринку великої кількості посередників.

Логістичні посередники в каналах розподілу виконують певні функції, які укрупнено можна розділити на:

- функції (операції) фізичного розподілу;
- функції обміну (купівлі-продажу);
- підтримувальні функції (стандартизації якості дистриб'юції, фінансування, інформаційної підтримки, страхування ризиків тощо)

Посередниками в операціях фізичного розподілу є різні спеціалізовані транспортні, експедиторські, транспортно-експедиторські фірми, компанії фізичного розподілу, вантажні термінали і термінальні комплекси, вантажні розподільчі центри, підприємства із сортування, затарювання та пакування готової продукції, вантажопереробні та інші підприємства.

Серед посередників у дистрибуції, які виконують підтримуючі функції, можна виокремити підприємства та установи фінансового сервісу (банки, фінансові компанії, клірингові та розрахункові центри і компанії і т.п.), підприємства інформаційного сервісу (інформаційно-диспетчерські центри, обчислювальні центри колективного користування, підприємства зв'язку і телекомунікацій і т.п.),

страхові компанії, установи стандартизації, ліцензування та сертифікації тощо.

Центральне місце серед посередників у дистрибуції займають торгові посередники, які крім безпосередньо функцій обміну (купівлі-продажу) товару можуть виконувати й інші вищезазначені функції, наприклад, транспортування, експедирування, страхування, вантажоперероблення, управління запасами, кредитно-фінансового обслуговування, передпродажного і післяпродажного сервісу тощо.

Основними причинами, які зумовлюють використання торгових посередників під час формування логістичних каналів і ланцюгів є (Кальченко, 2008):

1. Управління потоковими процесами на основі логістичної концепції вимагає наявності певних фінансових, матеріальних, кваліфікаційних і інших ресурсів. Чим вищі вимоги до ефективності управління, тим більше засобів і ресурсів може знадобитися.
2. Формування оптимальної структури логістичних каналів і ланцюгів, а також подальше її удосконалення передбачає наявність знань і досвіду у сфері кон'юнктури ринку зі структури товарних потоків, методів реалізації та способів розподілу (Прокоф'єва, 2009; Біловодська, 2009).

5.3. Distribution requirement planning (DRP) у системі міжнародних логістичних послуг

Під *логістичною системою розподільчої логістики* необхідно розуміти сукупність взаємопов'язаних логістичних ланцюгів, що створюють організаційно-економічну єдність суб'єктів господарювання, об'єднаних у збутовому процесі.

За масштабом охоплення збутових процесів правомірно відокремити *макро-* і *мікрологістичні* системи. Перші достатньо ефективні в межах промислово-фінансових груп чи холдингів, останні придатні для моделювання збутової діяльності підприємства.

Під час побудови логістичних систем розподільчої логістики необхідно керуватися такими основними *принципами*, як (Lowson В., 2005):

- узгодженість технологій виробництва і збуту продукції;
- організаційне забезпечення системи на основі спеціальних функціональних підрозділів;
- інформаційне забезпечення системи, наявність технологічних і програмних засобів обробки інформації;
- кадрове забезпечення системи, зокрема й висококваліфікованими маркетологами;
- правове забезпечення системи і налагодження надійних господарських зв'язків між усіма її учасниками;
- відсутність протиріч інтересів учасників системи чи досягнення їх паритету на основі взаємних компромісів.

Матеріально-технічна підсистема – це складське і тарне господарство, транспортні та інформаційні комунікації, засоби пакування і підготовки продукції до споживання, системи ремонту та обслуговування, а також інші матеріальні і технічні компоненти збутової діяльності.

Організаційно-економічна підсистема ґрунтується на взаємодії планування, організації, контролю, оцінювання, аналізу, регулювання збутової діяльності.

Соціально-психологічна підсистема об'єднує такі взаємопов'язані

елементи, як кадри, стимули, спонукальні мотиви, інтереси учасників збутового процесу тощо.

Нормативно-правова підсистема створює нормативну базу логістичної системи і спирається на закони, підзаконні акти, а також внутрішні нормативи підприємства, що регламентують порядок організації збутової діяльності.

Останнім часом у логістиці та маркетингу деяких західних країн застосовується *система управління та планування розподілу продукції* *DRP (Distribution requirement planning* – планування розподілу), що дає можливість не лише враховувати кон'юнктуру ринку, а й активно впливати на неї. Ця система забезпечує стійкі зв'язки між постачанням, виробництвом і збутом продукції, застосовуючи елементи MRP. Під час управління виробництвом на першому рівні здійснюється агреговане планування з використанням прогнозів та даних про замовлення, що фактично надійшли. На другому рівні формується графік виробництва, складається специфікований план із зазначенням конкретних дій, кількості комплектуючих та готової продукції. На третьому рівні за допомогою системи MRP здійснюється розрахунок потреби в матеріальних ресурсах та виробничих потужностях під графік виробництва.

Система *DRP* є базою для планування логістичних і маркетингових функцій, їх узгодження. Вона дає можливість прогнозувати з тим чи іншим ступенем ймовірності ринкову кон'юнктуру, оптимізувати логістичні витрати за рахунок скорочення транспортних витрат і витрат на товарорух, дозволяє планувати поставки та запаси на різних рівнях, ланцюга розподілу, сприяє здійсненню інформаційного забезпечення різних рівнів ланцюга розподілу з питань ринкової

кон'юнктури. Важливою функцією системи DRP є планування транспортних перевезень. У ній обробляються заявки на транспортне обслуговування, виправляються графіки перевезень. Довгострокові плани роботи складів є підставою для розрахунку потреби в транспортних засобах, а коригування цієї потреби здійснюється з урахуванням оперативного становища. Основою бази даних системи DRP є інформація про продукцію, що надходить із заводу-виробника, а також інформація, що надходить від складів (Виноградов, 2013).

5.4. Розподільчі центри у міжнародних логістичних ланцюгах

Мережа, через яку здійснюється розподіл матеріального потоку є значимим елементом логістичної системи. Побудова мережі розподільчих центрів істотно впливає на витрати, які виникають у процесі доведення товарів до споживачів, а через них і на кінцеву вартість реалізованого продукту.

Розподільчий центр – це складський комплекс, який отримує товари від підприємств-виробників або від підприємств оптової торгівлі (наприклад, які знаходяться в інших регіонах країни або за кордоном) і розподіляє їх більш дрібними партіями замовникам (підприємствам дрібнооптової та роздрібної торгівлі) через свою або їх товаропровідну мережу (Смиричинський, 2019).

Розташування складів поблизу ринків збуту полегшує поповнення запасів клієнтів. Географічні розміри ринку, який обслуговується таким складом, залежать від бажаної швидкості постачань, від середнього розміру замовлення і від величини питомих витрат на місцеве транспортування. Головними критеріями роботи таких складів є забезпечення належної якості обслуговування або мінімі-

зація логістичних витрат. Такі склади часто трапляються в торгівлі харчовими продуктами або промисловими товарами масового користування. Однак розміщення поблизу ринків збуту характерно для багатьох галузей. Така стратегія економічно виправдана, оскільки це найдешевший спосіб швидкого поповнення запасів.

Розміщення складів поблизу виробництв полегшує нагромадження потрібного для постачання споживачів асортименту продукції. Таке розміщення складів дозволяє відправляти споживачам змішані вантажі за консолідованими тарифами. Перевага такого розміщення складів полягає в тому, що підвищений рівень сервісу поширюється на весь асортимент продукції, яка постачається. Такий виробник має можливість стати кращим за інших постачальником.

За проміжного розміщення складів між виробництвом і споживанням склади працюють за тією ж самою схемою, що і склади, розташовані поблизу виробництва: накопичують повний асортимент продукції й відправляють замовникам змішані партії товарів за пільговими тарифами.

Кількість, потужності, розміщення і функції розподільчих центрів залежать від розмірів матеріальних потоків, стратегії і фінансового стану підприємства, яке проектує мережу розподільчих центрів. Водночас враховують такі фактори: вартість транспортування, складської переробки вантажів, складування вантажів, оформлення замовлень і системи управління, рівень обслуговування клієнтів.

Найкращою товаропровідною мережею з розподільчими центрами є та, що забезпечує найвищий рівень обслуговування споживачів за мінімальних загальних витрат.

Відповідно до обраної стратегії розміщення товаропровідна мережа може бути організована як централізована структура (з єдиним великим розподільчим центром) і децентралізована структура (з декількома дрібними розподільчими центрами).

У централізованій товаропровідній мережі розподільчий центр направляє товари, виготовлені підприємством-виробником, кінцевим або проміжним споживачам у різні регіони країни (оптовим чи дрібнооптовим посередникам або безпосередньо в роздрібну торгову мережу). Перевага цього варіанта полягає в тому, що можна знизити запаси зберігання на складі готової продукції підприємства-виробника, відправляючи відразу всю виготовлену продукцію в розподільчі центри. Недоліки цього варіанта - великі транспортні витрати на доставку товарів численним споживачам - замовникам товарів.

За децентралізованої розподільчої системи загальні матеріальні запаси і вартість декількох розподільчих центрів будуть більшими, ніж у попередньому варіанті. Однак вартість доставки товарів споживачам буде меншою через те, що розподільчі центри перебувають на території товарних ринків, поблизу споживачів. Крім цього, локальним розподільчим центрам легше вивчати свої регіональні ринки, і вони можуть гнучко реагувати на ситуацію на цих ринках. Водночас у невеликих регіональних складах важко домогтися такої ж низької собівартості переробки вантажів, як у великому автоматизованому розподільчому центрі, що можна спостерігати у централізованій системі організації товаропровідної мережі.

Витрати на оформлення замовлень у централізованій розподільчій системі можуть бути більшими і знижуватися під час збільшення кількості розподільчих центрів, оскільки за умови розташуванні складів у різних регіонах і наближення їх до клієнтів зв'язки зі споживачами можуть бути більш оперативними і дешевими.

Під час створенні розгалуженої децентралізованої системи розподілу з окремими складами в різних регіонах роль центрального розподільчого складу, власне кажучи, відіграє склад готової продукції підприємства-виробника. У цій системі витрати на складування і переробку вантажів можуть зростати, а вартість транспортування вантажів і оформлення замовлень – знижуватися. Доставка вантажів у інші райони на свої розподільчі склади є дешевшою через порівняно невелику кількість цих складів.

Отже, під час визначення найбільш вигідної кількості розподільчих складських центрів виникає оптимізаційна задача: якщо збільшити кількість розподільчих складів у товаропровідній мережі, витрати на транспорт та оформлення замовлень знижуються, витрати на утримання складських запасів зростають, а загальні витрати досягають мінімуму за деякої кількості розподільчих складів (Кальченко, 2008).

Однією з важливих і непростих задач під час проєктування розподільчих систем є вибір варіанта розміщення розподільчих центрів. Задачу розміщення розподільчих центрів можна сформулювати як пошук оптимального рішення або ж як пошук субоптимального (близького до оптимального) рішення. Наукою і практикою вироблені різноманітні методи розв'язання задач обох видів.

Метод повного перебору. Задача вибору оптимального місця розташування вирішується повним перебором і оцінюванням всіх можливих варіантів розміщення розподільчих центрів і виконується на ЕОМ методами математичного програмування. Проте на практиці в умовах розгалужених транспортних мереж метод може виявитися непридатним, тому що кількість можливих варіантів у міру збільшення масштабів мережі, а з ними і трудомісткість вирішення, зростають за експонентою.

Евристичні методи. Ці методи ефективні для вирішення великих практичних задач, вони дають гарні, близькі до оптимального результати за невисокої складності розрахунків, однак не забезпечують отримання оптимального рішення. За основу цих методів беруть людський досвід та інтуїцію. Власне кажучи, метод заснований на правилі Паретто, тобто на попередній відмові від великої кількості очевидно неприйнятних варіантів. Таким чином, проблема скорочується до керованих розмірів з погляду кількості альтернатив, які необхідно оцінити.

Метод визначення центру ваги (використовується для вимочення місця розміщення одного розподільчого центру). Для нього використовується метод накладення мережі координат на карті у потенційних місцях розташування складів. Система мережі дає можливість оцінити вартість доставки від кожного постачальника і ймовірного складу і від складу до кінцевого споживача, а обирають варіант, який визначається як центр маси.

Координати центру ваги вантажних потоків ($X_{\text{склад}}$, $Y_{\text{склад}}$), тобто точки, у якій може бути розташований розподільчий склад, визначається за формулами (Управління, 2007).

$$X_{склад} = \frac{\sum_{i=1}^n B_i \times X_i}{\sum_{i=1}^n B_i}, \quad (5.1)$$

$$Y_{склад} = \frac{\sum_{i=1}^n B_i \times Y_i}{\sum_{i=1}^n B_i}, \quad (5.2)$$

де B_i - вантажообіг i -го споживача; X_i, Y_i - координати i -го споживача; N - кількість споживачів.

Розв'язання задачі розміщення щодо відстані дає координати географічної точки, від якої сума відстаней до всіх пунктів попиту мінімальна. В основі цього підходу є припущення, що транспортні витрати є функцією виключно відстані. Тим самим передбачається, що варто мінімізувати сумарну відстань перевезень, і ми одержимо оптимальне за витратами місце для складу. Головним недоліком цього підходу є нехтування вагою і часом.

Застосування описаного методу має ще одне обмеження. На моделі відстань від пункту споживання матеріального потоку до розміщення розподільчого центру обчислюють за прямою. Через це модельований район повинен мати розвинуту мережу доріг, оскільки інакше буде порушено основний принцип – принцип подібності моделі і модельованого об'єкта (Олійник, 2011).

Метод пробної точки. Дозволяє визначити оптимальне місце розміщення розподільчого складу у випадку прямокутної конфігурації мережі автомобільних доріг на ділянці, яка обслуговується.

Суть методу полягає у послідовній перевірці кожного відрізка ділянки, яка обслуговується.

Пробною точкою відрізка називається будь-яка точка, що розташована на цьому відрізку і не належить до його кінців.

Лівий вантажообіг пробної точки - вантажообіг споживачів, розташованих на всій ділянці обслуговування ліворуч від цієї точки.

Правий вантажообіг пробної точки - вантажообіг споживачів, розташованих праворуч від неї.

Ділянку обслуговування перевіряють, починаючи з крайнього лівого її кінця. Спочатку аналізують перший відрізок ділянки: на цьому відрізку ставиться пробна точка і підраховується сума вантажообігів споживачів, які знаходяться ліворуч і праворуч від поставленої точки. Якщо вантажообіг споживачів, які перебувають праворуч, більший, то перевіряють наступний відрізок. Якщо менший, то приймається рішення про розміщення складу на початку аналізованого відрізка.

Перевірка пробних точок триває доти, поки не з'явиться точка, для якої сума вантажообігів споживачів з лівої сторони не перевищить суму вантажообігів споживачів із правої сторони. Рішення приймається про розміщення складу на початку цього відрізка, тобто ліворуч від пробної точки.

Для визначення методом пробної точки оптимального вузла транспортної мережі прямокутної конфігурації, з метою розміщення в ньому розподільчого складу, варто нанести на карту району координатні осі, зорієнтовані паралельно до доріг. Визначивши координати споживачів, необхідно на кожній осі знайти методом

пробної точки оптимальне місце розміщення координати X і координати Y шуканого вузла (Управління, 2007).

Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення логістичному каналу розподілу.
2. Коротко охарактеризуйте види логістичних каналів.
3. За яких умов звертаються до послуг посередників у розподільчому процесі?
4. Які функції виконують логістичні посередники в дистрибуції?
5. Які структури можуть виступати в ролі посередників у логістичних процесах?
6. Дайте характеристику основним типам торгових посередників.
7. У чому полягає суть проблем взаємин виробників матеріальної та нематеріальної частини товару-послуги?
8. Охарактеризуйте роль розподільчих центрів у товаропровідних мережах.
9. Розкрийте зміст основних стратегій розміщення розподільчих складів.
10. Які існують методи розв'язання задачі розміщення розподільчих центрів?

Тема 6. Тенденції та особливості розвитку міжнародного ринку транспортних логістичних послуг

- 6.1. Загальна характеристика транспортно-експедиційних послуг.
- 6.2. Провайдери міжнародних транспортних логістичних послуг
- 6.3. Організація здійснення транспортно-експедиційних операцій
- 6.4. Глобалізація міжнародного ринку транспортних логістичних послуг

Ключові слова: транспортно-експедиційні операції, провайдер транспортних логістичних послуг, транспортні провайдери 3PL-рівня, глобальна транспортна логістична система.

6.1. Основи розвитку міжнародного ринку транспортних логістичних послуг

Засади або принципи територіальної організації господарства успішно застосовуються і до логістичних систем. Зокрема: засади використання системи чинників розміщення (про що йтиметься далі) і територіальної спеціалізації (певна транспортна спеціалізація логістичної системи залежно від фізико-географічних особливостей території, особливо її рельєфу); засади територіальної комплексності (в розумінні транспортної комплексності, про що йшлося вище, або логістичної комплексності, тобто оптимального поєднання транспортного і складського господарства на певній території); засади вирівнювання ступенів розвитку територій (стосується і відповідних логістичних систем); засади врахування міжнародного поділу праці (як найбільше відноситься до логістичних систем як окремих країн, так і міжнародних; найкращий приклад - формування

логістичної Євромережі (або мережі Єврологістики) країнами ЄС (Програма TEN1), причому з урахуванням вступу нових країн-членів (програми TINA2 та TIRS3), а також країн Східної Європи (Програма REC4, в якій важливе місце відводиться Україні, через територію якої проходять чотири Пан'європейські коридори з десяти (Олійник,2011); засади врахування екологічного чинника (в логістичних системах полягає у виділенні екологістики або «зеленої» логістики, що передбачає використання природозберігаючих транспортно-логістичних технологій (піонером у цьому питанні стала найбільша транспортно-логістична компанія ЄС «Schenker-BTL» (ФРН - Швеція) і так званої зворотної логістики (Reverse Logistics), яка пов'язана із збиранням, транспортуванням і переробкою використаних товарів (досвід відомої фірми «Хегох», США).

До теперішнього часу в світі склався єдиний транспортний комплекс у формі кооперації діяльності невеликої кількості потужних транспортних і транспортно-експедиційних компаній і сотень тисяч середніх і дрібних експедиторських фірм і транспортних підприємств.

Основним суб'єктом, що пред'являє вантаж перевізникам став експедитор. Експедитори контролюють близько 60 % перевезень магістральними видами транспорту і до 75 % міжнародних перевезень. За даними міжнародної Федерації експедиторських асоціацій в світі діє 35 тисяч великих і середніх експедиторських фірм з персоналом в 8 млн. осіб. Дрібних фірм набагато більше, так тільки в Італії близько 5 тисяч експедиторських фірм.

Експедитор стає комплексним логістичним провайдером, який забезпечує прогнозування і планування перевезень, стеження за рухом транспортних засобів, контейнерів, за часом доставки товару,

оптимізацію витрат під час переміщення і зберігання сировини, матеріалів і готових виробів (Основы, 2009).

Міжнародні транспортні перевезення є важливим видом зовнішньоекономічної діяльності. Товар не може бути доставлений з однієї країни до іншої без використання транспортних засобів; при цьому, природно, вартість товару зростає. Нині обсяг міжнародних перевезень такий великий, а транспортні операції настільки складні, що існує необхідність у встановленні єдиних правил і норм у міжнародному транспортуванні. Актуальність зведення національних норм у єдину систему стандартів підкреслюється ще й тим, що у світі створено, по суті, єдину транспортну систему, яка охоплює, принаймні, території розвинених країн Європи, Північної Америки і багатьох інших регіонів (Кальченко, 2008).

Міжнародним вважається перевезення, що здійснюється між двома чи більшою кількістю держав (Основы, 2009).

Міжнародні перевезення вантажів забезпечуються морським, річковим, залізничним, повітряним, автомобільним, трубопровідним транспортом.

Транспортні операції починають та завершують виконання зовнішньоторговельної угоди. Їх зміст визначається особливостями вантажу, видом транспортного засобу, періодичністю поставки, митними процедурами тощо (Полякова, 2014).

У наш час відбувається процес постійного розширення прав експедитора. До завдань експедитора тепер можуть входити ще кілька років тому невластиві йому функції:

- право залучати третіх осіб;
- використовувати власні транспортні засоби і товарні склади;

- діяти як оператор перевезення вантажів в змішаному сполученні;
- виготовляти тару і упаковку;
- виступати в якості орендаря і генпідрядника транспортних засобів, складів і терміналів;
- здійснювати в ході доставки поглиблену доопрацювання товарів, їх викуп і перепродаж, а також організовувати їх збут.

У наш час проблема вибору експедитора вирішується аналогічно вибору перевізника, однак, з розширеним переліком показників якості експедиторських послуг. Необхідно відзначити, що транспортно-експедиційне обслуговування клієнтури здійснюється в основному для мелкопартійних, тарно-штучних вантажів, а також контейнерів і стандартних пакетів (сформованих, наприклад, на європіддоні). Великогабаритні промислові, будівельні вантажі, сировинні матеріали, зернові тощо доставляються, зазвичай за прямими договорами вантажовласника з перевізником.

До числа допоміжних логістичних партнерів з транспортування (якщо експедитори не виконують відповідні функції самостійно) належать митні брокери, страхові, охоронні, інформаційні фірми і компанії, банки та інші фінансові установи, підприємства з вантажопереробки, затарювання, упаковці, вантажні термінали, а також спеціалізовані агенти і брокери. Системи критеріїв і показників, а також процедури вибору цих посередників надзвичайно різноманітні. Серед основних критеріїв вибору можна вказати тарифи, надійність, фінансову стійкість, комплексний характер сервісу тощо (Коровяковский, 2010).

Із розвитком бізнесу змінювався склад логістичних функцій, які виконуються компаніями. Якщо раніше більшість фірм хотіли

самостійно виконувати операційну логістичну діяльність, зокрема, транспортування, складування, вантажоперероблення, і містило для цього розгалужену логістичну інфраструктуру, великий штат персоналу, в даний час акцент змістився в бік аутсорсингу. Промислові, торгові і сервісні компанії вважають за краще віддавати на аутсорсинг операційні логістичні функції логістичних посередників (операторам, провайдерам), зосереджуючись на ключових компетенціях і координуючих функцій логістики. Диференціація логістичних функцій конкретної компанії залежить в основному від обраної логістичної стратегії, наявних унікальних логістичних технологій та інфраструктури, а також стану бази знань і культури управління персоналу служби логістики (Прокоф'єва, 2009).

На світовому ринку логістичних послуг в умовах жорсткої конкуренції і постійно зростаючих вимогах клієнтів до якості логістичного обслуговування практика залучення контрагентів для виконання комплексу послуг або забезпечення цілісних процесів активно розвивається і набуває все більш вагомих вплив на діяльність компаній. Об'єми логістичної діяльності, що віддається компаніями на аутсорсинг, постійно зростають, тим самим, збільшуючи частку логістичних посередників в ланцюжках доданої вартості(Прокоф'єва, 2009).

Важливо зазначити, що транспортно-логістична система України складається із:

– транспорту загального користування (автомобільний і авіаційний, морський, річковий, залізничний, а також міський електротранспорт і метрополітен);

- промислового залізничного транспорту;
- відомчого транспорту;
- трубопровідного транспорту;
- шляхів сполучення загального користування.

6.2. Провайдери міжнародних транспортних логістичних послуг

Провайдер логістичних послуг (логістичний провайдер / оператор) стає все більш відповідальним за комплексне виконання замовлення клієнта, що включає видачу та обробку доручень, платіжні операції, складські операції, перевантаження на терміналах, транспортування продукції кінцевим споживачам, а також консультування і післяпродажне обслуговування. При цьому логістичні компанії (оператори) в набагато більшому ступені, ніж раніше, стають партнерами підприємств сфер виробництва, торгівлі та послуг. Планування і контроль результатів при вирішенні питань про покупку логістичних послуг на стороні, а також управління виникаючими при цьому мережами з логістичних посередників становить непросту задачу для фокусної компанії ланцюга поставок. У зв'язку з цим вибір відповідних логістичних партнерів грає для неї життєво важливу роль.

Поява логістичних провайдерів - «третьої сторони» логістики компанії – (Third – Party Logistics Providers, 3PL – Providers), або, як їх ще часто називають, логістичних операторів, було викликано поступальним розширенням охоплення переданих на сторону логістичних операцій.

Транспортні провайдери 3PL-рівня мають широкий спектр

логістичних ноу-хау і пропонують підприємствам системні рішення, що включають в себе повне виконання логістичного замовлення і комплексне обслуговування клієнтів. Від 3PL – провайдера вимагається володіння операційними технологіями клієнта, а також привнесення своїх ноу-хау в галузі управління логістичними бізнес-процесами, пов'язаними в основному з операційною діяльністю. Він розробляє, будує і самостійно управляє ЛЗ, налаштованими на потреби одного або декількох підприємств-клієнтів.

3PL – провайдери об'єднують сьогодні основні види операційної логістичної діяльності (перевезення, експедирування, складування і вантажопереробки, митне оформлення, страхування вантажів та ін.), Несуть відповідальність за терміни виконання, обсяг і якість робіт, а також планують і частково координують загальну логістичну діяльність для своїх клієнтів. Системний логістичний оператор повністю адаптується до запитів клієнта, тому замінити його стає складно.

Спектр типових послуг 3PL – провайдерів складають такі види діяльності:

1. Інформаційна система управління і моніторингу товарно-транспортних потоків.
2. Митне декларування та митне очищення вантажів.
3. Підготовка документації для експорту / імпорту і фрахтування.
4. Перевірка і відстеження рахунків на оплату послуг контрагентів.
5. Організація схеми доставки (унімодальне, змішана, мульти-, інтермодальна тощо).
6. Складування, вантажоперероблення, перевалка вантажів.
7. Оформлення договорів із контрагентами з доставки.

8. Консолідація, сортування, маркування, тестування вантажів та інші допоміжні логістичні операції.

9. Вибір перевізників / експедиторів та інших контрагентів по доставці вантажів і страхування логістичних ризиків.

10. Моніторинг надійності роботи контрагентів.

11. Підготовка товарів до продажу (розпакування, наклейка цінників тощо).

12. Пакування.

13. Управління документообігом по рахунках і при експортно-імпортних операціях.

14. Експрес-доставка, поштові послуги.

3PL-провайдери, як правило, намагаються в першу чергу максимально використовувати свої активи, іноді за рахунок додаткових витрат своїх клієнтів. До того ж відносно вузька операційна сфокусованість 3PL-провайдерів і недостатній рівень розвитку бази знань персоналу в аспектах координаційної логістики і SCM, призводить до того, що вони не приділяють достатньої уваги більш широким питань управління ланцюгами поставок.

Уже сьогодні на українському ринку логістичних послуг вже діють такі потужні міжнародні 3PL-провайдери як Deutsche Bahn AG (Schenker Logistics), TNT N. V., Deutsche Post World Net (DHL, Exel), GEFCO, P&O Trans European, FM Logistic, Kuhne&Nagel, Frans Maas, A.P. Moller - Maersk Group, Panalpina World Transport, P&O Nedlloyd, De Sammensluttede Vognmænd (DSV), FIEGE Group, Rhenus Logistics та інші. Слід очікувати значного розширення спектра логістичних послуг, особливо при взаємодії логістичних операторів з великими роздрібними мережами. Зростання попиту на логістичні послуги в

подальшому посилюватиме розрив між провідними логістичними операторами і відстаючими в технологічному відношенні вузькофункціональними логістичними компаніями, так як весь спектр логістичного сервісу може пропонувати тільки компанія, яка здатна управляти вантажопотоками в ланцюжку поставок, застосовуючи сучасні інформаційні технології (Mangan, 2008).

В Україні комплексний логістичний бізнес, який надають зараз зарубіжні логістичні оператори, знаходиться на початку шляху. Наприклад, поняття «логістичний аутсорсинг» найчастіше асоціюється лише з окремо наданими послугами з транспортування, митного оформлення вантажу та складування.

6.3. Організація здійснення транспортно-експедиційних операцій

Увесь комплекс робіт, які виконуються під час транспортування вантажів від пункту відправлення (зі складу вантажовідправника) до моменту здавання в пункт призначення (до складу вантажоодержувача), а також операції, які виконуються до і після перевезення вантажів, називають *транспортно-експедиційними операціями* (Біловодська, 2009).

Функції експедирування полягають у (Логістика, 2010):

- виборі перевізника;
- роботі з документацією щодо поставок;
- відстеженні поставок;
- аудиті та візуванні оплати тарифів на перевезення;
- оцінюванні діяльності перевізника;
- аналізі транспортування (оцінювання загальної вартості транспортування, у тому числі навантаження й вивантаження;

способи упакування; час перевезення; випадки злодійства й інші втрати; розроблення методів зниження загальних транспортних витрат).

Транспортно-експедиційні послуги мають (Логістика, 2010):

1. Послуги виробничого характеру:

1.1. Підкомплектування.

1.2. Підготовка до виробництва.

2. Транспортні:

2.1. Звезення вантажу.

2.2. Вивезення вантажу.

3. Вантажно-розвантажувальні.

3.1. Навантаження

3.2. Розвантаження

3.3. Сотрування пакування

4. Експедиційні.

4.1. Супроводження вантажу.

4.2. Оформлення документів.

4.3. Різні види розрахунків.

5. Інформаційні.

У наш час транспортно-експедиторські компанії й фірми виконують такі основні операції, як (Логістика, 2010):

– *організація й оформлення перевезення*. За дорученням клієнта компанія бронює місця на транспортному засобі, а також веде розрахунки за перевезення. Експедитор погоджує із перевізником дату подання відповідного транспорту, оформляє товаророзпорядчі й перевізні документи, передає вантаж транспортному підприємству. Ці операції виконуються експедитором під час відправлення вантажу за

рахунок відправника і, як правило, від його імені. Під час одержання товару експедитор забезпечує всі види робіт із приймання вантажу від перевізника в пункті призначення й доставки його на склад одержувача;

– *приведення товару в транспортабельний стан.* Експедитор, який представляє інтереси товаровласника, під час здачі вантажу перевізникові перевіряє його зовнішній вигляд, забезпечує упакування й маркування товару відповідно до умов перевезення й митних правил країни-імпортера. У разі ушкодження тари, упакування або контейнера експедитор усуває всі дефекти. В іншому разі під час здавання вантажу перевізник може відмовитися від приймання або зробити в коносаменті спеціальні оцінки про стан товару, що вкрай небажано для вантажовласника, тому що за цим звичайно виникає рекламація з боку покупця;

– *підготовка документів, що надаються митним органам,* для переміщення товару через митний кордон. До митних документів належать: митна декларація, експортні й імпорتنі ліцензії, сертифікат про походження товару, консульська фактура, ветеринарні й санітарні свідоцтва. Крім того, до обов'язків експедитора належить спостереження за рухом товару під час транспортування й контроль часу його надходження в розпорядження одержувача.

Для виконання усіх цих операцій потрібні висококваліфіковані робітники (експедитори), а також робітники для виконання вантажно-розвантажувальних робіт і супроводження вантажу зі складу станції до складу одержувача чи від складу відправника до складу станції. Утримання такого штату не вигідне для підприємств.

Коли всі ці операції виконують спеціалізовані організації за

дорученням відправників чи одержувача, така організація називається *транспортно-експедиційною*. Вона є посередником між вантажовласником та перевізником.



Рисунок 6.1 - Види транспортно-експедиційних послуг (Кальченко, 2008; Логістика, 2010)

Експедиційні послуги можуть надавати як транспортні організації, так і організації-посередники, для всіх цих організацій вони є однією з найважливіших операцій. Підставою для надання експедиційних послуг є договір, який укладається між відправником, одержувачем і

транспортно-експедиційною організацією. Відносини сторін, що не передбачені договором, регулюються законодавством. Транспортно-експедиційна організація має право взяти на себе весь комплекс послуг або тільки частину їх залежно від укладеного договору. У договорі зазначають порядок і терміни виконання операцій з обслуговування.

Глобальні логістичні операції дозволяють компаніям (Біловодська, 2009; Логістика, 2010):

1) досягти ринкового зростання, значної економії за рахунок масштабів діяльності і підвищення прибутковості. Водночас логістика, у свою чергу, повинна відповідати зусиллям, спрямованим на виявлення всіх наявних ринкових можливостей і вдосконалювання системи прийняття рішень;

2) активно обмінюватися новітніми технологічними досягненнями (ноу-хау), результатами ефективних наукових розроблень, винаходами, що сприяють зближенню економічних рівнів різних країн, їх соціальній і господарській інтеграції. Так, багатьом відомі приклади успішного формування макрологістичних регіональних структур і систем у країнах ЄС, Південно-Східної Азії, Північної Америки. Їх досвід наочно підтверджує природне прагнення країн до *регіональної інтеграції*. Водночас пошук нових резервів зростання і загострення конкуренції викликають прагнення багатьох компаній і фірм шукати нові ринки збуту, дешеві джерела сировини і трудових ресурсів за межами національних кордонів своїх країн;

3) за рахунок міжнародного поділу праці та кооперації створювати велику кількість транснаціональних компаній і

фінансово-промислових груп (ФПГ), які використовують у бізнесі логістичні ланцюги й канали. Так, перспективи їх розвитку пов'язані передусім із можливим збільшенням віддачі на вкладений капітал, більш низькими тарифами логістичних посередників в інших країнах, кращими фінансовими умовами. Створенню логістичних каналів сприяють великі міжнародні транспортно-експедиторські фірми, страхові компанії, які користуються глобальними телекомунікаційними мережами (Смиричинський, 2019);

4) створювати можливості гнучкого реагування на зміни середовища, використовуючи методи відстрочення та локалізації, що нерозривно пов'язане з прозорістю логістичних каналів і дозволяє краще управляти потоком товарів оптимізувати виробничі, транспортні та складські потужності, зберігаючи запаси на мінімальному рівні. Значною перевагою повної прозорості ланцюжка постачань є можливість виявити й усунути вузькі місця і надлишки резервних запасів, створених через нестачу інформації.

6.4. Глобалізація міжнародного ринку транспортних логістичних послуг

З розвитком інтеграційних процесів у ЄС виник окремий напрям євроінтеграції – Єврологістика, або логістика в європейському вимірюванні, що відбиває процес формування загальноєвропейської транспортно-логістичної мережі зі створенням відповідних комунікацій і логістичних терміналів. Кінцевими результатами Єврологістики є скорочення витрат на експортно-імпорتنі поставки, на послуги під час перетині кордонів у пунктах митного контролю,

скорочення запасів у дорозі та на підприємствах. У 2000 р. Радою міністрів транспорту ЄС у Празі було заслухано звіт про хід створення транспортно-логістичної системи Євросоюзу, а в 2001 р. видано «Білу книгу» ЄС з транспортно-логістичної політики, в якій викладено план реалізації програми TEN (Транс'європейські мережі – TransEuropean Network), визначено строки і шляхи розв'язання основних завдань щодо формування європейської Транспортної Логістичної Системи.

Перспективними напрямками розвитку у міжнародній транспортній логістиці є:

- 1) глобалізація транспортної логістики;
- 2) інтеграція вітчизняних підприємств у світову транспортну логістичну мережу.

Глобалізація у стрімкому розширенні й ускладненні взаємозв'язків і взаємозалежностей як людей, так і держав, що виявляється в процесах формування планетарного інформаційного простору, світового ринку капіталів, товарів і робочої сили, інтернаціоналізації проблем техногенного впливу на природне середовище, міжетнічних та міжконфесійних конфліктів і безпеки (Смиричинський, 2019). В умовах економічного зростання транспорт розглядається не лише як галузь, що забезпечує перевезення вантажів і людей, а, насамперед, як міжгалузєва система, яка перетворює умови життєдіяльності та господарювання. Стійке функціонування транспорту на всій території країни є гарантією єдності соціально-економічного простору, вільного переміщення людей, товарів і послуг, розвитку конкуренції та свободи підприємництва, забезпечення цілісності та національної безпеки, поліпшення умов і рівня життя населення.

Глобальна транспортна логістична система – це система, яку формують урядові структури, організації, об'єднання, транснаціональні корпорації. Вона є проміжною між мікро- та макрологістичними системами (Кальченко, 2008; Крикавський, 2005).

Великий вплив на діяльність і розвиток транспорту, формування українського транспортного ринку матимуть:

- 1) жорсткі вимоги до викидів автомобільного транспорту;
- 2) процеси світової політичної та економічної глобалізації і адекватно цьому – глобалізація транспортних систем і процесів, переміщення товаропотоків між державами, регіонами, континентами;
- 3) широке впровадження в систему вітчизняних транспортних послуг принципів транспортної логістики, побудованої на досягненнях інформаційних технологій і вимогах світового рівня.

Доцільно виділити чотири напрями удосконалення міжнародного транспортного забезпечення підприємств (Бутов, 2013):

I напрям:

- а) освоєння промисловістю новітніх транспортних та вантажно-розвантажувальних засобів;
- б) забезпечення транспортних підприємств та підрозділів транспортними та вантажно-розвантажувальними засобами за різними схемами (купівля, кредит, лізинг тощо);
- в) створення та модернізація ремонтно-обслуговуючої бази для технічного обслуговування, ремонту і зберігання рухомого складу.

II напрям:

- а) покращання шляхової мережі та її інфраструктури;

б) оптимізацію розміщення вантажоутворювальних і вантажоприймальних пунктів, їх потужностей тощо.

III напрям:

а) розширене застосування нових технологій підготовки вантажів до транспортування;

б) забезпечення контейнерами з метою підвищення транспортабельності вантажів.

IV напрям:

а) формування транспортно-логістичних систем аграрних підприємств;

б) удосконалення економічних взаємин між учасниками логістичного процесу тощо.

Держава, розробляючи та реалізуючи закони і правила щодо зовнішньої торгівлі і перевезень з позиції національних інтересів, також отримує вигоду від ефективного управління транспортними процесами, оскільки воно дає змогу впорядкувати і зробити більш сучасними адміністративні процедури і правила доставки товарів, стимулювати розвиток зовнішньої торгівлі, транзитних перевезень, активізувати інноваційні процеси на транспорті й розвивати діяльність транспортного комплексу країни.

Держава повинна контролювати вплив автотранспорту на екологічну ситуацію в країні, застосовуючи все вищі й вищі Євровимоги, до того ж не забуваючи про сам бізнес.

Подальша глобалізація транспортної логістики потребує (Mangan, 2008; Логістика, 2010):

– зниження логістичних витрат та покращання логістичного сервісу;

- збільшення обсягів продажу шляхом освоєння нових регіональних ринків державних закупівель;
- появи міжнародних логістичних посередників із розвинутою глобальною інфраструктурою;
- подальшого розвитку процесів міжнародної торгівлі;
- дерегулювання транспортних перевезень;
- зменшення екологічного навантаження та впровадження інновацій в інфраструктури глобальних логістичних мереж.

Враховуючи стрімке прагнення України до європейської інтеграції необхідно розуміти, що система реформ, є фундаментальною основою для інституційної адаптації системи транспорту України до стандартів Європейського Союзу.

Запитання для самоконтролю

1. Дайте визначення поняттю «міжнародна транспортна логістика»
2. У чому полягають основні завдання міжнародної транспортної логістики? Які існують транспортні системи?
3. Охарактеризуйте сутність поняття «транспортно-експедиційні операції».
4. Що таке «єдиний технологічний процес транспортування вантажів»?
5. Які існують види транспортно-експедиційних послуг?
6. У чому полягає зміст операційної системи доставки вантажів?
7. У чому полягають основні принципи формування внутрішньо-виробничої транспортної діяльності?
8. Трансформація глобальних транспортних логістичних систем.
9. Що впливає на глобалізацію транспортної логістики?

Список літератури

1. Бутов А. М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економічний аналіз*. 2013. № 2. С. 124–131.
2. Багіров Е. Г., Лисенко Д. Е., Бугас Д. Н. Особливості логістичного аутсорсингу в Україні. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2011. № 4 (16).
3. Біловодська О. А., Олефіренко О. М., Суярова О. О., Безноєва А.В. Логістика. Маркетинг: бакалаврський курс : підручник / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. С. М. Ілляшенка. Суми : Університетська книга, 2009. 1134 с. С. 759–882.
4. Герасимчук В. О. Стратегічне управління підприємством : навч. посіб. Київ : КНЕУ, 2013. 360 с.
5. Виноградов А. С. Проблеми логістики. *Маркетолог*. 2013. № 3. С. 5–15.
6. Вернюк Н. О., Новак І. М., Школьний О. О. Логістичний аутсорсинг як чинник глобальних конкурентних переваг. *Економіка та управління підприємствами*. URL: <http://lib.udau.edu.ua/bitstream/123456789/5386/1/01.pdf>.
7. Дибська В. В., Анікін Б. А. Логістика. Москва, 2012. 367 с.
8. Ковальова Е. Нова функція на «старому» виробництві. *Логістика і система*. № 1. 2014. С. 12–15.
9. Логістичні операції в системі сучасного менеджменту. 2019. URL: [https://s2754fa8a69d100c7.jimcontent.com/download/version/1520966608/module/7552347454/name/Логістика_\(л\)_Пильнова%20ВП.pdf](https://s2754fa8a69d100c7.jimcontent.com/download/version/1520966608/module/7552347454/name/Логістика_(л)_Пильнова%20ВП.pdf)
10. Економічна енциклопедія : у 3 т. / відп. ред С. В. Мочерний. Київ : Видавничий центр «Академія», 2002. Т. 3. 952 с.

11. Економічна енциклопедія : у 3 т. / відп. ред. С. В. Мочерний. Київ : Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 2. 848 с.
12. Кальченко А. Г. Кривещенко В. В. Логістика : навч. посібник. 2-ге вид. Київ : КНЕУ, 2008. 472 с.
13. Коровяковский Е. К., Коровяковская Ю. В. Международная логистика : учеб. пособие. Санкт-Петербург, 2010. 48 с.
14. Кох И. Тенденции в международной логистике. URL: <http://www.wagener-herbst.com>.
15. Крикавський Є. Логістичне управління : підручник. Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2005. 684 с.
16. Козловський В. А. Логістичний менеджмент : навч. посіб. Санкт-Петербург : Лань, 2012. 272 с.
17. Біловодська О. А., Суярова О. О. Логістика : курс лекцій. Суми : СумДУ, 2010. 147 с.
18. Международная логистика, 2019. URL: http://revolution.allbest.ru/international/00037069_0.html.
19. Олійник Я. Б., Смирнов І. Г. Міжнародна логістика : навч. посіб. Київ : Обрії, 2011. 540 с.
20. Основы логистики / под ред. Л. Б. Миротина, В. Н. Сергеева. Москва : ИНФРА-М, 2001. С. 69.
21. Полякова О. Світовий досвід формування транспортно-логістичних кластерів. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія : Економіка і управління.* 2014. Вип. 28. С. 14.
22. Прокофьева Т. А. Проектирование и организация региональных транспортно-логистических систем : учебно-методический комплекс. Москва : Изд-во РАГС, 2009. 334 с.

23. Смиринський В. Ринок державних закупівель в умовах макрологістичної глобалізації. 2019. URL: <http://www.soskin.info/ea.php?pokazold=20030308&n=3&y=2003>.
24. Тридід М., Таньков К. Міжнародна логістика. Харків : Інжек, 2005. 224 с.
25. Управління логістикою: розробка стратегій логістичних операцій / пер. з англ. ; за наук. ред. О. Є. Міхейцева. Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2007. 368 с.
26. Чудаков А. Д. Логістика : учебник. Москва : Издательство «РДЛ», 2003. 480 с.
27. Halvey J. K., Melby B. M. Business process outsourcing: process, strategies, and contracts. Hoboken, NJ : John Wiley & Sons, 2017. 584 p.
28. Lawson B., King R., Hunter A. Quick Response: Managing Supply Chain to meet Consumer Demand. NY : Wiley, 2005. 281 p.
29. Mangan I., Lalwani C., Batcher T. Global logistics and supply chain management. NY : Wiley&Sons, 2008. 372 p.
30. Shyshkin V., Bakhmetova Y. The Perspectives of the Logistics Strategy Use as the Condition of Enterprise's Competitive Ability Providing. *Modern Economics*. 2019. № 14. P. 296–300. URL: [https://doi.org/10.31521/modecon.V14\(2019\)-46](https://doi.org/10.31521/modecon.V14(2019)-46).
31. Simchi-Levi D., Kaminski P., Simchi-Levi E. Designing & Managing the Supply Chain: concepts, strategies & case-studies. NY : Mc Grow – Hill, 2007. 354 p.

Навчальне видання

Ярова Інесса Євгенівна

МІЖНАРОДНІ ЛОГІСТИЧНІ ПОСЛУГИ

Конспект лекцій

для здобувачів вищої освіти
спеціальності 292 *«Міжнародні економічні відносини»*
денної форми навчання

Відповідальний за випуск Ю. М. Петрушенко
Редактор Н. М. Мажуга
Комп'ютерне верстання І. Є. Ярової

Формат 60×84/16. Ум. друк. арк. 12,56. Обл.-вид. арк. 11,13.

Видавець і виготовлювач
Сумський державний університет,
вул. Римського-Корсакова, 2, м. Суми, 40007
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 3062 від 17.12.2007.