

РЕЗЕРВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ СУБЪЕКТОВ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Україна формує цивілізовані ринкові відносини. Для виходу на світові ринки в умовах жорсткої конкуренції необхідно використати накопичений досвід застосування передових технологій організації виробництва й збуту. Головними шляхами прискорення обороту вкладених коштів є: скорочення часу надходження готової продукції до споживача та оптимізація рівня виробничих запасів.

Украина формирует цивилизованные рыночные отношения. Для выхода на мировые рынки в условиях жесткой конкуренции необходимо использовать накопленный опыт применения передовых технологий организации производства и сбыта. Главными путями ускорения оборота вложенных средств являются: сокращение времени пути готовой продукции к потребителю и оптимизация уровня производственных запасов.

The modern market relationship are being developed in Ukraine. It is necessary to employ the modern technologies in production and sails to enter competitive world markets successfully. There are two major ways to speed up turnover of investment: to shorten supply chain and to optimize production stock.

Двигаясь в направлении создания цивилизованных рыночных отношений как внутри государства, так и по отношению к торговым партнерам Украина реформирует законодательную и организационную базу экономических отношений. Являясь великой транзитной страной, она принимает непосредственное участие в международном разделении труда. Сейчас налицо видны значительная изношенность парков вагонов, локомотивов, недостаточное развитие информационных технологий и многое другое. Для приведения их в соответствие современным требованиям необходимы значительные инвестиции. Однако далеко не полностью используются высокоэффективные, малозатратные организационные технологии. Такими технологиями обладает логистика.

Цель любого коммерческого предприятия – получение прибыли. Стратегию и тактику достижения цели определяет маркетинг. Оптимизацией действий на пути к цели занимается логистика. Общепринятая «формула» получения прибыли выглядит:

$$D - T - \dots - T' - D',$$

где D – деньги, потраченные на производство, транспортировку, складирование и другие операции, связанные с доставкой товара конечному потребителю; T – сырье и материалы, приобретаемые для изготовления товара; T' – товар, произведенный для продажи; D' – деньги, полученные от продажи товара.

Увеличение денежной массы определяется:

$$\Pi = D' - D = \Delta D.$$

Однако формула не содержит одной из важнейших составляющих – времени. При этом время оборота денег (увеличения денежной массы) имеет важнейшее значение.

Для проведения анализа получения прибыли от продажи товара во времени изобразим его на графике с координатными осями « D » – деньги и « t » – время. С целью проведения анализа единичного оборота денег для упрощения и ухода от излишней громоздкости примем некоторые допущения:

1 – все действия и операции, связанные с получением прибыли, находятся в правовом поле и отвечают требованиям международных и национальных законов тех государств, на территории которых они проводятся.

2 – цена, которую конечный потребитель готов заплатить за товар, известна и неизменна.

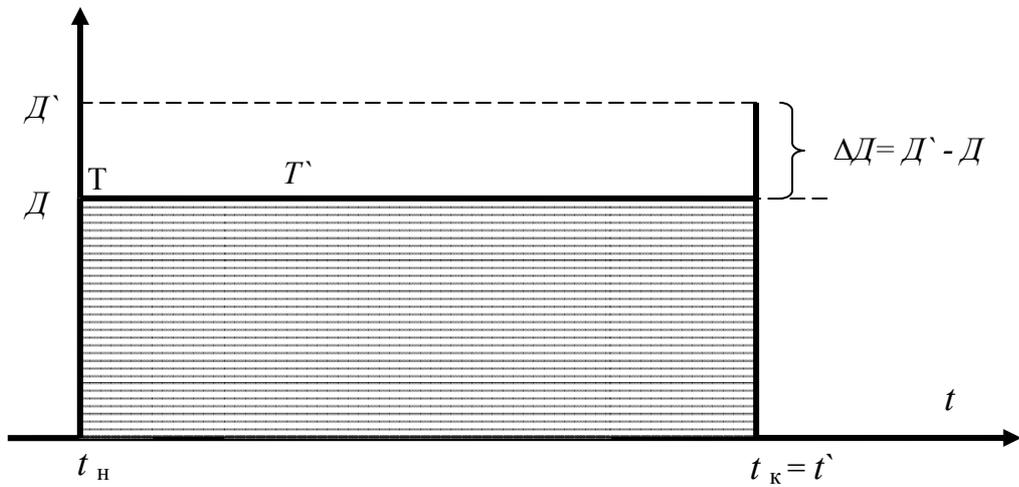
3 – считать известной и неизменной в себестоимости товара долю производственных затрат, связанных с капитальными вложениями.

4 – долю производственных затрат, связанных с расходами на само производство и его обслуживание также примем известными и неизменными, но только для первой части анализа.

На графике, кроме известных D , D' , ΔD или Π теперь присутствуют T – время, когда деньги были вложены в производство конкретного товара и t' – время получения денег за товар – прибыли. На графике отсутствует t_{Π} – время, необходимое на производство товара. В процессе эволюции товарно-денежных отношений между товаропроизводителем и конечным по-

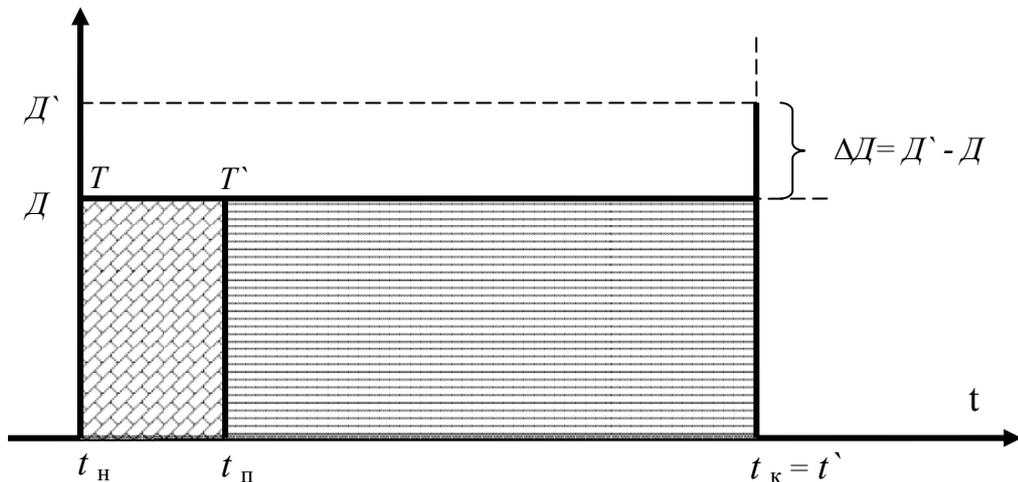
требителем возникла объективно необходимая цепочка посредников. Без нее практически ни один как простой, так и высокотехнологичный товар не доходит до потребителя. Сейчас, как показывает мировой опыт, в цикле получения прибыли от момента начала производства това-

ра до получения прибыли за него затраты времени на само производство занимают примерно 5...7 %, остальные 93...95 % занимает время на «путь к потребителю». Теперь на графике получения прибыли можно отметить зоны «производства» и «доставки» товара.



Из вышесказанного и графика становится очевидным, что для ускорения процесса получения прибыли необходимо сокращать время на «пути к потребителю». Еще одним стимулом к сокращению этого времени является риск полной или частичной потери товаром потребительских качеств, т. е. прибыли не будет вообще. На пути к конечному потребителю с товаром совершается множество, в основном последовательных, операций, называемых логистическими активностями. Рационализация це-

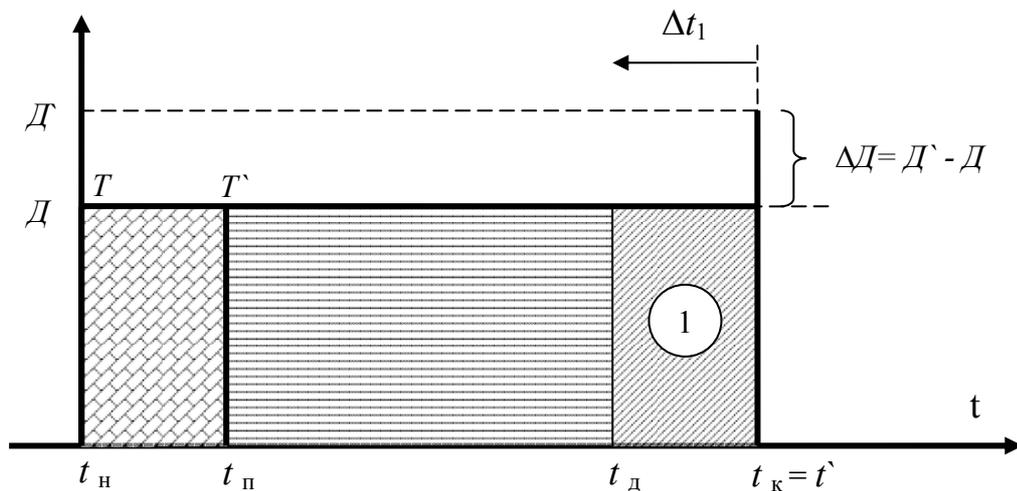
почки доставки приводит к сокращению времени поставки товара конечному потребителю, т.е. к ускорению получения прибыли. Теперь на анализируемом графике отображаем зону оптимизации «1» — получение эффекта от сокращения времени доставки и вводим отметку времени ускоренной доставки t_d и саму величину экономии времени Δt_1 . Вопросами рационализации и оптимизации этой цепочки занимается логистика (1).



Количественно экономический эффект сокращения времени на все операции от момента окончания производства товара до момента его продажи конечному потребителю можно оценить по формуле:

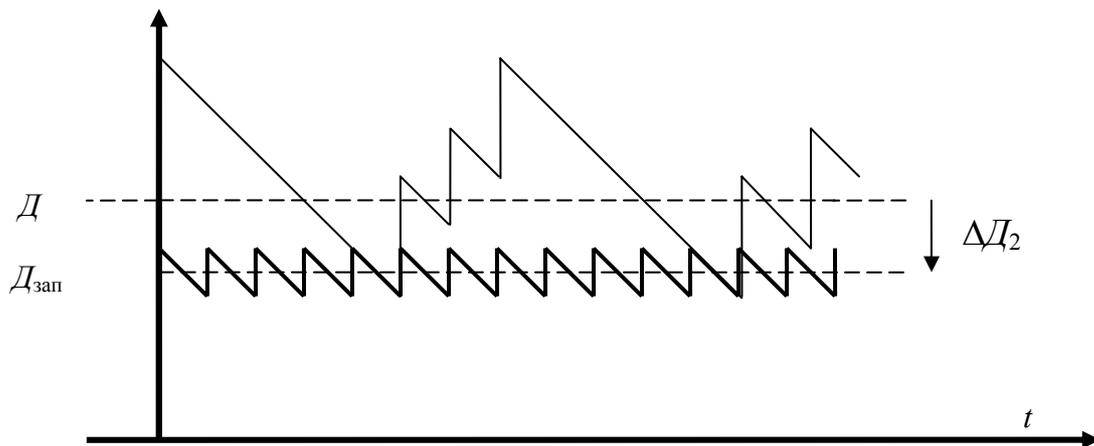
$$\mathcal{E}_{\phi 1} = P_{\tau} * C * \Delta t_1 * i,$$

где P_{τ} — объем поставки (тонны, литры, штуки); C — цена единицы измерения (гривны, доллары и т. д.); Δt_1 — фактическая экономия времени от D до D' (лет); i — ставка рефинансирования Центробанка (% годовых выплат по продаже валюты коммерческим банкам).



Второй путь увеличения прибыли состоит в оптимизации запасов сырья и материалов для производства. При наличии стабильных спроса и цены за товар существует возможность повышения самой прибыльности ΔD . Так как для бесперебойного производства товара нужны всегда в наличии потребляемые материалы, то создаются соответствующие запасы и резервы. Потребление материалов производством про-

исходит непрерывно, а поставки для реального производства не могут быть непрерывными, поэтому они поставляются партиями. В зависимости от объемов, ритмичности и удельной стоимости поставок удельная доля денег, вложенных в сырье, может сильно колебаться и отражает некоторую усредненную долю денег, замороженную в виде запасов и выведенную из оборота.



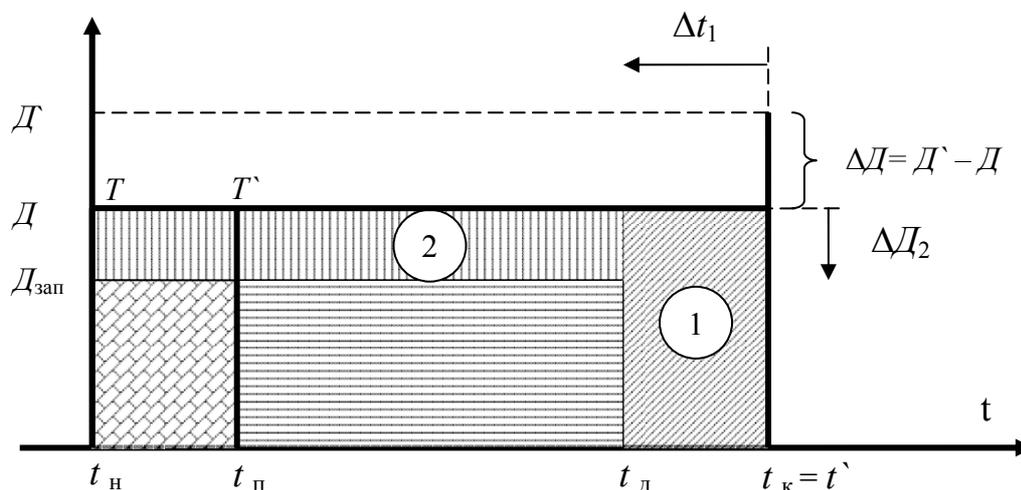
При высокой степени оптимизации поставок во времени некоторые материалы могут поступать в производство «с колес», минуя склад. Организация системы таких поставок называется «Just in time» и приводит, в некоторых случаях, если не к ликвидации складов, то к значительному сокращению затрат на организацию системы складирования. Из мирового опыта известно, что оптимизация запасов сырья и материалов для производства приводит, в некоторых случаях к сокращению запасов в 15–20 раз. Оптимизация в зоне «2» входит в компетенцию закупочной логистики и логистики запасов. Отобразим графически влияние оптимизации системы закупок, резервирования сырья и ма-

териалов на увеличение прибыльности производства в виде зоны «2». Где $D_{\text{зап}}$ – оптимальные затраты на сырьевую базу.

Из графика очевидно, что ожидаемая прибыль может быть увеличена на величину ΔD_2 . Количественная оценка экономического эффекта в зоне «2» будет определяться:

$$\Delta \Phi_1 = \Delta D_2 = D - D_{\text{зап}},$$

где D – деньги, вложенные в сырьевую базу до ее оптимизации; $D_{\text{зап}}$ – деньги, необходимые на поддержание сырьевой базы в оптимальных параметрах.



Доля транспортных расходов, по оценкам специалистов, в зоне оптимизации «1» примерно 22...24 %. В зоне оптимизации «2» – порядка 9 % (2).

Снижение непроизводительных затрат приводит не только к увеличению прибыли, но и повышает конкурентные преимущества предприятий, т. е. их выживаемость. При выборе перевозчика клиенты ориентируются не только на прямые расходы – тарифы на перевозки, - но и на качество услуг: отсутствие потери потребительских качеств товаров (порчи), исключение потерь от разворывания товаров, скорость доставки и других (3).

Важнейшую роль, в условиях жесткой конкуренции, приобретает потребность клиентов - пользователей транспортных услуг в доставке товаров «от дверей до дверей». Реализовать этот принцип, не забывая о стремлении клиентов к оптимизации транспортной составляющей, в одиночку не может ни один вид транспорта.

Для того чтобы занять достойное место в международном разделении труда по транспортировке грузов вся транспортная система Украины и железнодорожный транспорт в частности, должны прийти к необходимости создания

организаций по оптимизации и координации совместных усилий в этом направлении. Указанные выгоды на практике можно получить, создав сеть транспортно -логистических центров. Координация работы всех участников транспортного процесса на договорной основе при безусловном выполнении всех требований к перевозкам – оптимальные сроки доставки, суммарная тарифная целесообразность, высокое качество перевозок – единственно возможный залог успеха.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Логистика: Учеб. пособ. / Под ред. Б. А. Аникина – М.: ИНФРА-М, 1997. – 327 с.
2. Некрасов А. Г. Инновационные стратегии управления результативностью транспортно-логистических цепей. Железнодорожный транспорт. – № 1, – 2005, – С. 54–58.
3. Балалаев А. С. Логистическое взаимодействие железнодорожного и морского транспорта в регионе. Железнодорожный транспорт. – № 1, 2005, – С. 59–61.

Поступила в редколлегию 15.05.2007.