

ЛОГІСТИЧНА КОНЦЕПЦІЯ ДИФЕРЕНЦІЙОВАНОЇ ПОЛІТИКИ ЗАПАСІВ ТОВАРІВ ЩОДЕННОГО ПОПИТУ

© Білик І.І., 2008

Ідентифіковано загальну структуру чинників взаємовпливу запасів на стан внутрішнього і зовнішнього середовищ. Удосконалено класифікацію запасів товарів щоденного попиту за функціональним призначенням. Запропоновано положення щодо реалізації диференційованої політики запасів залежно від профілю попиту на товар.

The general structure of factors of influents of supplies is identified on the state of internal and external environment. Classification of stock-in-trades daily demand is improved after the functional setting. Position is offered in relation to realization of the differentiated policy of supplies depending on the type of demand on a commodity.

Постановка проблеми. Сучасний стан розвитку світової економіки супроводжується розширенням спектра конкурентних відносин: до традиційних форм конкурування ціною, якістю додаються комплементарні, основою яких є зростання вартості для клієнта за рахунок скорочення часу, підвищення надійності, посилення контактів, створення інших вигод. Значна частина таких конкурентних переваг ідентифікується під час обслуговування клієнтів і узалежнена фізичною наявністю відповідних товарів, які є в запасі і доступні потенційному клієнтові.

Запаси товарів як об'єкт досліджень викликають зацікавлення усіх сфер діяльності підприємств і організацій: для фінансів – це переважно істотна частина оборотних засобів (активів), для маркетингу – один із важливих інструментів впливу на клієнта, для виробництва – забезпечення непередбачених порушень виробничого процесу, для логістики – один з інструментів оптимізації просторово-часової трансформації матеріальних потоків тощо. З іншого боку, запаси є безпосереднім чинником формування відносин між витратами та рівнем обслуговування клієнтів, а відтак і засобом підвищення рентабельності капіталу.

Аналіз останніх досліджень. Переважна більшість наукових досліджень з проблем запасів ґрунтується на гіпотезі, що зайві (надмірні) запаси – це некорисні витрати (марнотратство), а їхній дефіцит в умовах реального попиту – теж витрати, однак викликані зниженням доступності товарів. В умовах зростання субституційності продуктів, скорочення часу виконання замовлень переваги у доступності товарів конкурентів можуть мати стратегічні наслідки для підприємства. Серед прихильників цієї позиції вітчизняні та іноземні вчені, такі, як Ш. Абт [1], Ф. Котлер [2], Є.В. Крикавський [3], Н.В. Куденко [4], А. Чубала [5], Н.І. Чухрай [6].

Водночас, в умовах посилення світових трендів інформатизації та глобалізації набирає сили концепція беззапасного виробництва (виробництва з нульовим запасом), що лягла в основу систем швидкого реагування. Завдяки упровадженню таких систем достовірна, актуальна і повна інформація стає повноцінним замінником матеріальних запасів. Життєздатність цієї концепції доведено практикою відомих глобальних фірм, серед яких виробники автомобілів (Toyota, Volkswagen, Nissan Motors), господарських товарів (Procter&Gamble), мережі роздрібної торгівлі (Wal-Mart, The Limited) тощо. Можна передбачити, що істина – поміж двох концепцій, а особливо, якщо йдеться про споживчі товари в умовах повсякденного функціонування інтегрованих систем постачання сировини, виробництва та дистрибуції готових виробів.

Цілі статті. Обґрунтувати положення диференційованої політики запасів товарів щоденного попиту.

Виклад основного матеріалу. Сучасна практика діяльності організацій може бути охарактеризована радикально протилежними поглядами на значення запасів: від розуміння, що запас є джерелом некорисних наслідків, до розуміння, що відсутність запасів є джерелом некорисних наслідків. Значення запасів у функціонуванні підприємства автором окреслено у таких важливих площинах (рис. 1): у майновій – запаси як складова оборотних засобів підприємства; у фінансовій – запаси як чинник формування фінансових результатів підприємства; у фізичній – запаси як чинник формування транспортно-складських технологій; у маркетинговій – запаси як чинник формування сатисфакції та лояльності клієнта; у економічній – запаси як чинник оборотності капіталу (активів) підприємства; у логістичній – запаси як чинник формування інтегрованої оцінки ланцюга поставок щодо його продуктивності та ефективності; у виробничій – запаси як чинник використання потенціалу підприємства.

На рис. 1 структурні елементи впливу на функціонування підприємства об'єднані у певний автономний простір функціонально-компетенційного характеру, що становить внутрішнє середовище. На нього здійснює постійний чи епізодичний вплив зовнішнє середовище (клієнти, держава, постачальники, зовнішні послугодавці, конкуренти тощо).

З іншого боку, значення запасів проявляється у контексті формування системи задоволення будь-якого попиту на товари чи послуги як результат певних дій підприємства. В роботі ідентифіковано опосередкований вплив на політику та рівень запасів системи стратегічних, передусім маркетингових рішень, та безпосередній вплив системи логістичних рішень. Зокрема, встановлено перелік маркетингових стратегій, які можуть впливати на рівень запасів, структурованих за елементами маркетингу-міх, як, наприклад, збільшення ринкової частки (стратегічна корпоративна ціль) повинно бути зумовлене вдосконаленням окремих складових комплексу маркетингу, спрямованих на підвищення доступності товарів, зокрема за рахунок збільшення пунктів продажу, а відтак і збільшення загального рівня запасів.



Рис. 1. Структурування впливу запасів на функціонування підприємства

На параметри запасів у діяльності підприємств може істотно впливати номенклатура та структура товарного асортименту. Важливим чинником формування запасів є цінова стратегія, зокрема з мотивів економії на закупівлі клієнти можуть нагромаджувати запаси товарів. Для того щоб товар був доступним для споживачів, важливими є і стратегії реалізації. Вони пов'язані насамперед із визначенням довжини та ширини каналу розподілу та його типу. Розробляючи стратегії із просування продукції, підприємство повинно врахувати, що існуючі канали розподілу можуть бути придатні для забезпечення необхідного обсягу реалізації. Стосовно комунікаційних стратегій, то і стратегія притягування, і стратегія прощтовхування передбачає активні дії підприємства щодо утримання запасів продукції з метою підвищення рівня обслуговування клієнтів.

З позиції логістики функціональна приналежність запасів встановлюється за допомогою інтерпретації їх впливу на реалізацію сучасної концепції логістики, тобто щодо внеску запасів у формування корисності і рівня обслуговування клієнтів та у формування повних витрат і ефективності функціонування всього логістичного ланцюга.

Оцінка важливості запасів матеріалів і товарів у функціонуванні підприємства не може бути повною і достатньою без дослідження того, наскільки є об'єктивною необхідність існування (створення, поповнення) цих запасів. З цією метою в роботі досліджено природу виникнення запасів у контексті задоволення потреб клієнтів у певних товарах та послугах у координатах простору і часу та встановлено, що той чи інший часовий рівень вимог клієнта щодо виконання замовлення формує відповідно мінімально необхідні параметри системи запасів товарів на підприємстві.

Водночас, з причини доцільності об'єктивно необхідні рівні запасів можуть бути збільшені. Такими причинами можуть бути конкурентні відносини, характеристики попиту, відносини з постачальниками, використання потужності тощо. За цих умов така доцільність повинна бути достатньо обґрунтована за допомогою наявного арсеналу фінансово-економічних показників.

Однак за відсутності системного підходу часто функціональні управлінські рішення викликають конфлікти цілей з боку інших сфер діяльності підприємства, чим забезпечують не загальну оптимізацію, а лише субоптимізацію. Це особливо характерно для таких сфер, як маркетинг, логістика і виробництво. Дослідження базових причинно-наслідкових зв'язків впливу актуальних маркетингових, виробничих та логістичних рішень на систему запасів промислового та дистрибуційного підприємств та їхня ідентифікація дала автору змогу повніше структурувати запаси за ознакою функціонального призначення (табл. 1).

Варто зауважити, що переоцінка будь-якого з видів запасу може перевести частину його в ранг зайвих (надлишкових), а недооцінка може призвести до дефіциту (вичерпання) запасів. І в першому, і в другому випадку можуть виникати некорисні витрати. Тобто актуальною є активна позиція всіх учасників ланцюга поставок стосовно запасів, що означає вироблення відповідної системи управління запасами, тобто процедури, скільки і коли робити замовлення, як поповнювати запаси тощо. Поза тим, виокремлення тільки системи управління запасами товарів та неврахування взаємозв'язків із системами транспортування, пакування, складування не може гарантувати оптимальність таких управлінських рішень.

Таблиця 1

Функціональна класифікація запасів товарів щоденного попиту

№ з/п	Функціональне призначення	Вид запасу
1	Компенсування недостатньої гармонізації (синхронізації) інтенсивності попиту в суміжних ланках ланцюга поставок	Поточний (циклічний)
2	Задоволення непередбаченого зростання попиту, його інтенсивності, зокрема з причини запізнь в реалізації замовлень та некомплектних замовлень	Гарантійний (запас безпеки)
3	Те саме, але з причини ймовірних страйків, некорисних політичних умов, відхилення від стаціонарних умов тощо	Страховий (асекураційний)
4	Утримання запасу для задоволення передбаченого попиту, зокрема його зростання, а також з метою підвищення просторово-часової доступності товару для клієнта	Антиципаційний (лат. <i>anticipatio</i> – передбачення подій)
5	Нівелювання часової різниці між обсягом закупівлі, транспортування і виробництва та режимом попиту в ланцюгу дистрибуції, зокрема його коливання, зокрема сезонного, що дає змогу оптимізувати використання виробничої потужності в ланцюгу поставок	Вирівнювальний
6	Забезпечення вчасних поставок у разі істотних відстаней між постачальником та отримувачем	Запас в дорозі
7	Утрата функціонального призначення та відсутність користі від володіння ним у стаціонарних умовах функціонування	Мертвий

Отже, структурування запасів товарів за функціональним призначенням може бути підставою для формування відповідної диференційованої політики управління цими запасами. Однак має бути врахований ще один істотний аспект об'єктивного, динамічного характеру – профіль попиту. Автором виконав розрахунки профілю попиту на пиво: «1715» у пляшках, "1715" у бляшанках, пиво «Преміум», пиво у бочках за результатами власних спостережень. Встановлено, що різні продукти мають різний вид розподілу денного попиту. Нормальний розподіл денного попиту мають швидкоротаційні продукти (наприклад, пиво "1715"). Загалом нормальний закон розподілу мають товари з групи X і Y (за XYZ-класифікацією, тобто залежно від точності прогнозу). Показниковий закон розподілу стосується попиту на товари, які мають низьку швидкість обороту. До них належать товари переважно з групи Y і Z. Розподіл Пуассона використовують для опису денного попиту на товари, який має вільний характер і відзначається дуже рідко. До них належать товари з групи Z.

Отже, аналіз профілів денного попиту на пиво різних марок підприємства можна використати для формування різних політик створення запасів на підприємстві. У зв'язку з тим, що не завжди розподіл частот попиту на продукти має нормальний закон розподілу, то для показникового розподілу або розподілу Пуассона автором використано теорію ризиків, у якій визначення ризикової надбавки, що передбачає створення запасного резервного фонду з метою задоволення попиту, формує двократне середньоквадратичне відхилення. Статистично встановлено, що одиничне середньоквадратичне відхилення гарантує 68 % упевненості в тому, що попит на товар буде задоволений, подвійне – 95 %, а потрійне – 97,9 %.

У табл. 2 подано формування страхових запасів товарів з урахуванням профілю попиту.

Таблиця 2

Формування страхових запасів з урахуванням ризику

Назва товару	Середнє значення попиту, од.	Середнє квадратичне відхилення, од.	Страховий запас (одна s)	Страховий запас (дві s)
Пиво "1715"	71,41	16,49	88	105
Пиво "Преміум"	18,08	13,39	32	45
Пиво у бочках	0,1688	0,41	1	1

Висновки та пропозиції

1. Удосконалено функціональну класифікацію запасів товарів щоденного вжитку, якою передбачено в структурі функціональних запасів, окрім гарантійного запасу товарів, формувати дві групи додаткових запасів, а саме: запаси страхового (асекраційного) призначення та запаси передбачувального (антиципаційного) призначення. Такий поділ уможливує диференційований вплив на запаси товарів підприємств у дистрибуційній мережі.

2. Сформульовано засади механізму диференційованого розрахунку страхового запасу в дистрибуційних об'єктах, які ґрунтуються на безумовному врахуванні типу структури попиту та його профілю. Такий механізм дає змогу реалізувати політику запасів за асортиментними позиціями.

3. Перспективними та корисними доцільно вважати дослідження наслідків ефекту Форрестера в умовах світової економічної кризи та відповідних до цього антикризових заходів, зокрема у сфері оподаткування та кредитування.

1. *Abt St. Systemy logistyczne w gospodarowaniu.* – Poznań, 1997. 2. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга: Учебн. пособ. / Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.– СПб.–К.: Издательский дом Вильямс, 2000. – 944 с.* 3. *Крикавський С.В. Логістичне управління: Підручник.* – Львів: Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2005. – 684 с. 4. *Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг: Навч. посібник.* – К.: КНЕУ, 1998. – 158 с. 5. *Чубала А. Дистрибуція: Колективна праця під ред Є. Альткорна.* – Краків, Інститут маркетингу, 2003. 6. *Чухрай Н. Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монографія.* – Львів: Вид-во НУ “Львівська політехніка”, 2002. – 316 с.