

Вона націлена на споживачів зовнішнього ринку – на їх бажання і переваги, на спільну плідну співпрацю і неодмінно отримання від них зворотного зв'язку, щоб надалі покращувати свої продукти і послуги, а також механізми їх просування. Очевидно, що в даній концепції в якості пріоритету виділяються переваги споживачів. Причому цей пріоритет діє на всіх без винятку етапах процесу виробництва і реалізації товарів або послуг.

Список літератури: 1. *McCarthy, E.J.* Basic Marketing / Richard D. Irwin: Homewood, IL, 1964. – 132 p. 2. *Голубков Е.П.* О некоторых аспектах концепции маркетинга и его терминологии: Маркетинг в России и за рубежом №6, 1999. –С. 31–33. 3. *Кондратьев А.* Концепции и решения. СПб.: Олма-Пресс, 2003. – С. 56. 4. *Booms, B.H. and Bitner, M.J.* Marketing strategies and organization structures for service firms, in Donnelly, J.H. and George, W.R. (Eds), Marketing of Services, American Marketing Association: Chicago, IL, 1981. – 47 – 51 pp.. 5. *Borden, N.H.* The Concept of the Marketing Mix, in Schwartz, G., Science in Marketing: John Wiley & Sons, New York, 1965. – 386 –97 pp.

Надійшла до редакції 22.04.2013

УДК 339.138

Формування маркетингової стратегії промислового підприємства на зовнішньому ринку на основі маркетингової моделі «4с». / Мищенко В. А., Мартиненко О. Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 24(997). – С. 96–99. – Бібліогр.: 5 назв.

Рассмотрено формирование стратегии промышленного предприятия на внешнем рынке, а также исследована маркетинговая модель «4С» и проведен анализ ее преимуществ и целесообразность применения.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, модель «4с», внешнеэкономическая деятельность, потребитель, конкурентоспособность.

It is considered the strategy of industrial enterprises in the foreign market, and studied marketing model «4C» and analyzed the advantages and feasibility of it usage.

Keywords: marketing strategy, «4c» model, foreign trade, consumer, competitiveness.

УДК 658: 663.5

В. А. МІЩЕНКО, докт. екон. наук, проф., НТУ «ХПІ»;

К. С. ЗІМІНА, магістрант, НТУ «ХПІ».

ВПЛИВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛАНЦЮГІВ ПОСТАЧАННЯ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Виявлені напрямки впливу основних показників оцінки ефективності ланцюга постачання на фінансові результати діяльності підприємства та визначені характеристики, які мають бути вдосконалені. Сформована схема ланцюгу постачання для ТОВ ЛГЗ «Прайм» та запропоновані подальші шляхи його оптимізації, які призведуть до покращення фінансових результатів діяльності підприємства. Проведений регресійний аналіз залежності операційного прибутку від витрат ланцюга постачання та

© В. А. Міщенко, К. С. Зіміна, 2013

побудована функція для розрахунку прогнозних величин. Запропонована та протестована на підприємстві ТОВ ЛГЗ «Прайм» модель аналізу ефективності з орієнтацією на фінансові результати підприємства.

Ключові слова: ефективність ланцюга постачання, фінансові результати, фактори впливу, фінансовий цикл, цикл виконання замовлення.

Актуальність теми дослідження. Ланцюг постачання – це послідовність процесів, які забезпечують доставку товарів чи послуг від постачальників, через виробництво і дистрибуцію споживачу. Управління ланцюгами постачань є дуже важливим, адже воно пронизує усі бізнес-процеси підприємства, інтегруючи їх в одне ціле та роблячи їх взаємопов'язаними. Саме тому раціональна оцінка його ефективності дозволить виявити оптимальні шляхи її підвищення та посилити конкурентну перевагу компанії. Сьогодні існує чимало показників для здійснення такого аналізу, але дослідження літературних джерел з оцінки ефективності ланцюгів постачання показало, що більшість розроблених систем показників для вимірювання не узгоджені з загальним фінансовим успіхом підприємства. Це визначає необхідність формування моделі оцінки ефективності ланцюгів постачання орієнтованої на взаємозв'язок з фінансовими результатами діяльності компанії.

Аналіз основних досягнень і літератури. Модель SCOR (supply chain operations reference), створеної організацією Supply Chain Council, об'єднує бізнес-процеси, систему показників, найкращі практики та технології у єдиній структурі. Вона визначає п'ять ознак ланцюга постачання у якості стратегічних напрямків для оцінки:

- 1) надійність – reliability,
- 2) швидкість реакції – responsiveness,
- 3) гнучкість – agility,
- 4) економічність – costs,
- 5) ефективність – assets [8].

Гунасекаран А. пропонує систему показників ефективності, класифіковану за видами процесів у ланцюгах постачання, а також розподіл на стратегічний, тактичний та операційний рівні у межах кожного процесу:

- 1) планування – plan,
- 2) закупівля – source,
- 3) виробництво – make,

4) постачання – deliver [10, с. 336-339].

Бімон Б. приводить категоризацію показників за:

- 1) ресурсами – resources,
- 2) результатом – outcome,
- 3) гнучкістю – flexibility.

Ресурси включають вимірювання витрат, запасів та рентабельності інвестицій. Результат представлений рівнем задоволеності споживача та об'ємом відвантаженої продукції. Гнучкість передбачає можливість реагувати на зміни у обсягах та графіку, вона вимірюється у грошових одиницях чи одиницях часу [1, с. 275-292]. Кіберл Дж. виділяє три категорії оцінки ефективності ланцюга постачання:

- 1) час – lead time, cycle time,
- 2) якість – customer satisfaction, fill rates,
- 3) витрати – supply chain costs. [6, с. 225-230].

У межах ланцюга постачання відбувається рух трьох видів потоків:

1) матеріального, який передбачає постачання сировини на початку ланцюга та її трансформацію шляхом виробництва у кінцеві товари для споживачів,

2) інформаційного, який передбачає рух різноманітної інформації у двох напрямках – як від споживача до постачальника, так і від постачальника до споживача,

3) фінансового, який передбачає рух грошей та їх використання в межах ланцюга постачання, виявлення логістичних витрат та їх формування [4, с. 10].

Хаузман В. пропонує розподілення показників за видами потоків. Для матеріального потоку – це групування показників за: задоволеністю споживачів, запасами, швидкістю обертання ресурсів, для фінансового – це період обертання робочого капіталу, запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості [5, с. 9-10].

Чан та Кі підрозділяють показники оцінки ефективності на дві групи:

1) кількісні (витрати, час виконання замовлень, використання виробничих потужностей та ресурсів),

2) якісні (задоволення споживачів, ступінь гнучкості, інтеграція інформаційного та матеріального потоків, ефективність управління ризиком та роботи постачальників) [3, с. 209-223].

Булінгер та Кухнер пропонують використання моделі Збалансованої Системи Показників (Balanced Scorecard) для оцінки ефективності ланцюга постачання. Показники групуються за чотирма проєкціями:

- 1) фінансовий аспект (рівень витрат та запасів, рентабельність інвестицій, фінансовий цикл),
- 2) аспект клієнта (рівень задоволеності споживача, вчасне постачання, час виконання замовлення, рівень сервісу),
- 3) внутрішньогосподарський аспект (точність виконання замовлення),
- 4) аспект інновацій (питома вага продажів нового продукту) [2, с. 3535-3540].

Існуючі системи вимірювання передбачають використання багатьох якісних показників для оцінки ефективності логістики, які потребують використання важкодоступної інформації, що у більшості випадків призводить до перекошеного загального аналізу ефективності. Тому надзвичайно важливим завданням є раціонально збалансувати кількісні та якісні показники та обґрунтувати їх важливість з позицій впливу на загальні фінансові результати підприємства. Крім того, ця тема розкривається у зарубіжній літературі, а вітчизняні автори приділяють аспекту оцінки ефективності ланцюга постачання недостатньо уваги, тому також необхідно узгодити переклад іншомовної термінології.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є створення моделі оцінки ефективності ланцюга постачання орієнтованої на відображення взаємозв'язку з фінансовими результатами діяльності підприємства.

Матеріали досліджень. Сьогодні у фінансово-орієнтованому бізнес середовищі покращення результатів балансу завдяки ефективному використанню ресурсів є пріоритетним. Компонентами балансу, на які впливає функціонування ланцюга постачання є:

- 1) поточні активи – запаси, дебіторська заборгованість, грошові кошти,
- 2) поточні зобов'язання – кредиторська заборгованість.

Отже процеси закупівлі, управління запасами та розрахунків з контрагентами у межах ланцюга постачання мають суттєвий вплив на фінансові

результати підприємства. Робочий капітал є головним індикатором впливу, але важливо досліджувати шляхи його покращення у контексті, тобто якщо надавати більш лояльні програми своїм дебіторам необхідно враховувати умови, які надаються підприємству його кредиторами.

На рис. 1 відображена схема взаємозв'язку основних показників оцінки ланцюга постачання, його фінансового потоку та компонентів балансу, а саме фінансового циклу та робочого капіталу. Фінансовий цикл (cash-to-cash cycle) – вимірює період часу між первинним грошовим відтоком, коли підприємство платить своїм постачальникам, та отриманням грошових коштів від своїх споживачів. Саме цей показник вимірювання ефективності ланцюга постачання впливає на усі компоненти робочого капіталу. Зменшення циклу означає підвищення ефективності ланцюга постачання.

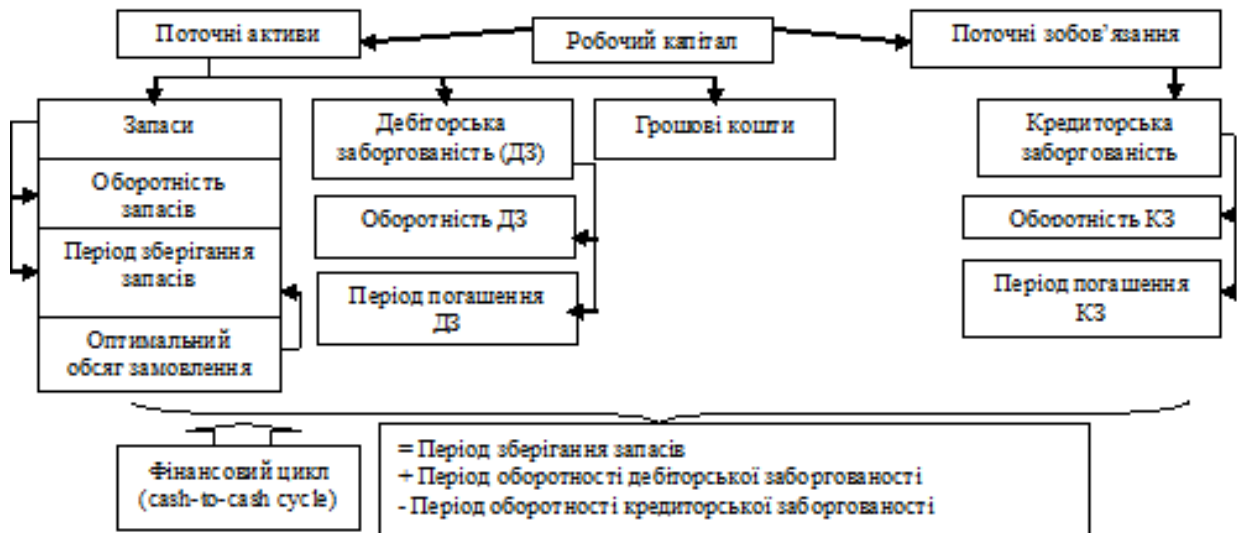


Рис. 1 – Вплив ефективності фінансового циклу ланцюга постачання на робочий капітал

У табл. 1 представлені формули для розрахунку, сутність та позитивні значення показників, що містяться у рис. 1.

Таблиця 1. Показники оцінки ланцюга постачання, що впливають на результати балансу підприємства

Показник	Формула для розрахунку	Сутність	Позитивне значення
1	2	3	4
Оборотність запасів	Собівартість продажів/ Середньорічний розмір запасів	відображає швидкість роботи запасів, тобто скільки разів протягом року запаси були перероблені у готову продукцію.	Збільшення показника відображає зниження витрат пов'язаних на управл. запасами
Період зберігання запасів	365/Оборотність запасів	період з моменту здійснення інвестицій у закупівлю запасів до моменту їх реалізації	Зменшення свідчить про ефективність управління запасами на підприємстві
Оптимальний обсяг замовлення (economic order quantity)	$Q = \sqrt{(2 * \text{Взам} * P) / \text{Вуз}}$ Взам- вартість виконання 1го замовлення, P- річний попит, Вуз-вартість зберігання од. товару	такий обсяг замовлення, за яким витрати, що пов'язані з закупівлею сировини та матеріалів, а також витрати пов'язані із зберіганням сировини та матеріалів є мінімальними.	Визначення оптимального обсягу замовлення призведе до пришвидшення оборотності запасів
Оборотність ДЗ	Виручка від реалізації/ДЗ	показує швидкість обертання дебіторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємством	збільшення швидкості обертання
Період погашення ДЗ	365/Оборотність ДЗ	характеризує середній період (у днях) інкасації дебіторської заборгованості	позитивною тенденцією є зменшення показника
Оборотність КЗ	Виручка від реалізації/КЗ	показує швидкість обертання кредиторської заборгованості підприємства за період, що аналізується, розширення або зниження комерційного кредиту, що надається підприємству	збільшення швидкості обертання
Період погашення КЗ	365/Оборотність КЗ	характеризує середній період сплати підприємством короткострокової кредиторської заборгованості	позитивною тенденцією є зменшення показника
Період оборотності робочого капіталу	(Робочий капітал/Виручку від реалізації)*365	характеризує цикл від оплати сировини і матеріалів, знаходження їх у вигляді виробничих до отримання платежу за реалізовану продукцію. Від'ємне значення показника говорить про відсутність оборотних коштів.	при раціональному управлінні період обороту позитивний, але близький до нуля, тобто структура дебіторської і кредиторської заборгованостей збалансована.

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Фінансовий цикл	= Період зберігання запасів + Період оборотності дебіторської заборгованості – Період оборотності кредиторської заборгованості.	період часу між первинним грошовим відтоком та отриманням грошових коштів від своїх споживачів	чим він коротший, тим краще працює підприємство

Впливаючи на період обертання запасів, дебіторської заборгованості та кредиторської заборгованості, можна підвищити ефективність ланцюга постачання. З цієї позиції використовується оптимальний обсяг замовлення.

Основними компонентами звіту про фінансові результати, на які впливає функціонування ланцюга постачання є:

- 1) виручка від реалізації,
- 2) витати,
- 3) прибуток.

Базовий рівень сервісу споживачів вимірюється за трьома напрямками: доступністю, функціональністю та надійністю [8, с.34-35].

Аспект доступності включає аналіз показника рівня сервісу (fill rate), який характеризує ступінь достатності наявних запасів для виконання потенційних замовлень. Вів визначається як відношення об'єму, який може бути задоволений зі складу, до загального об'єму замовлення. Цей показник суттєво залежить від типу бізнесу, адже деякі компанії мають підтримувати його досить високим, щоб уникнути затримок у постачанні продукції.

Аспект функціональності представлений циклом виконання замовлення (order fulfillment cycle time) –цикл від розміщення заявка на продукцію до безпосередньо факту отримання продукції споживачем. Цей показник головним чином залежить від того, чи продукція для виконання замовлення була виготовлена чи була поставлена з запасів. Тобто спостерігається пряма залежність від процесу управління запасами на підприємстві, що обумовлює необхідність балансування між скороченням витрат на зберігання запасів та підтримання їх мінімального рівня для швидкісного процесу виконання замовлення.

Цикл виконання замовлення впливає на фінансовий цикл та рівень задоволеності споживачів. Чим менший цей цикл, тим швидше підприємство отримає вхідний грошовий потік та тим більший рівень задоволеності споживачів. Він може бути зменшений за допомогою визначення та мінімізації процесів, які додають вартості, за які споживач не готовий платити (зберігання) та вдосконалення процесів, які додають цінності, за які споживач готовий заплатити (виробництво, транспортування). Аспект надійності представлений питомою вагою постачання дефектної продукції, з неправильно оформленими документами, тощо. Використовується показник точності виконання замовлень (perfect order fulfillment) – відсоток замовлень, які відповідають усім вимогам постачання та основному правилу ідеального замовлення, але ця інформація є важкодоступною, адже замовлення може бути виконане вчасно, але з невідповідним вимогам асортиментом, а також такий облік не ведеться на підприємстві. У табл. 2 представлені формули, сутність та позитивні значення показників ефективності ланцюга постачання, що впливають на результати звіту про фінансові результати.

Таблиця 2. Показники оцінки ланцюга постачання, що впливають на звіт про фінансові результати

Показник	Формула для розрахунку	Сутність	Позитивне значення
Цикл виконання замовлення	$T_{цз} = T_{ОЗ} + T_{ЗМ} + T_{ВЦ} + T_{П}$ T _{ОЗ} - час обробки замовлення T _{ЗМ} – час закупівлі матеріалів; T _{ВЦ} – тривалість виробничого циклу; T _П – час постачання.	цикл, протягом якого була розміщена заявка на продукцію до безпосередньо факту отримання продукції споживачем	Скорочення цього циклу призводить до пришвидшення реакції виробника на заявки споживачів, що у свою чергу підвищує рівень задоволеності
Показник рівня сервісу 2-го типу	об'єм, який може бути задоволений зі складу/ загальний об'єм замовлення	характеризує ступінь достатності наявних запасів для виконання потенційних замовлень.	Оптимальне збільшення з урахування витрат на зберігання продукції
Рівень витрат ланцюга постачання, % від продажів	=витрати на зберігання/управління запасами +витрати на транспортування /дистрибуцію +витрати на здійснення закупівлі (11, с. 518-519)	показує обсяг витрат, спричинених рухом товару у ланцюгу постачання	Оптимізація витрат підвищує рентабельність

На рис. 2 представлена модель оцінки ефективності ланцюга постачання, у якій врахований її вплив на компоненти фінансових результатів діяльності підприємства.

Ця модель дає змогу запевнитися протягом процесу прийняття рішення щодо оптимізації ланцюга постачання, чи воно вплине на фінансові результати підприємства позитивно або ні. Скорочення фінансового циклу дозволить отримувати грошовий потік швидше, а також зменшити рівень запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості; скорочення циклу виконання замовлення позитивно вплине на динаміку обсягів продажу, адже це сприятиме підвищенню рівня задоволеності споживачів. Оптимізація витрат ланцюга постачання збільшить операційний прибуток підприємства. Ця модель відображає причинно-наслідковий зв'язок змін характеристик ланцюга постачання та вплив цих рішень на фінансові результати підприємства.

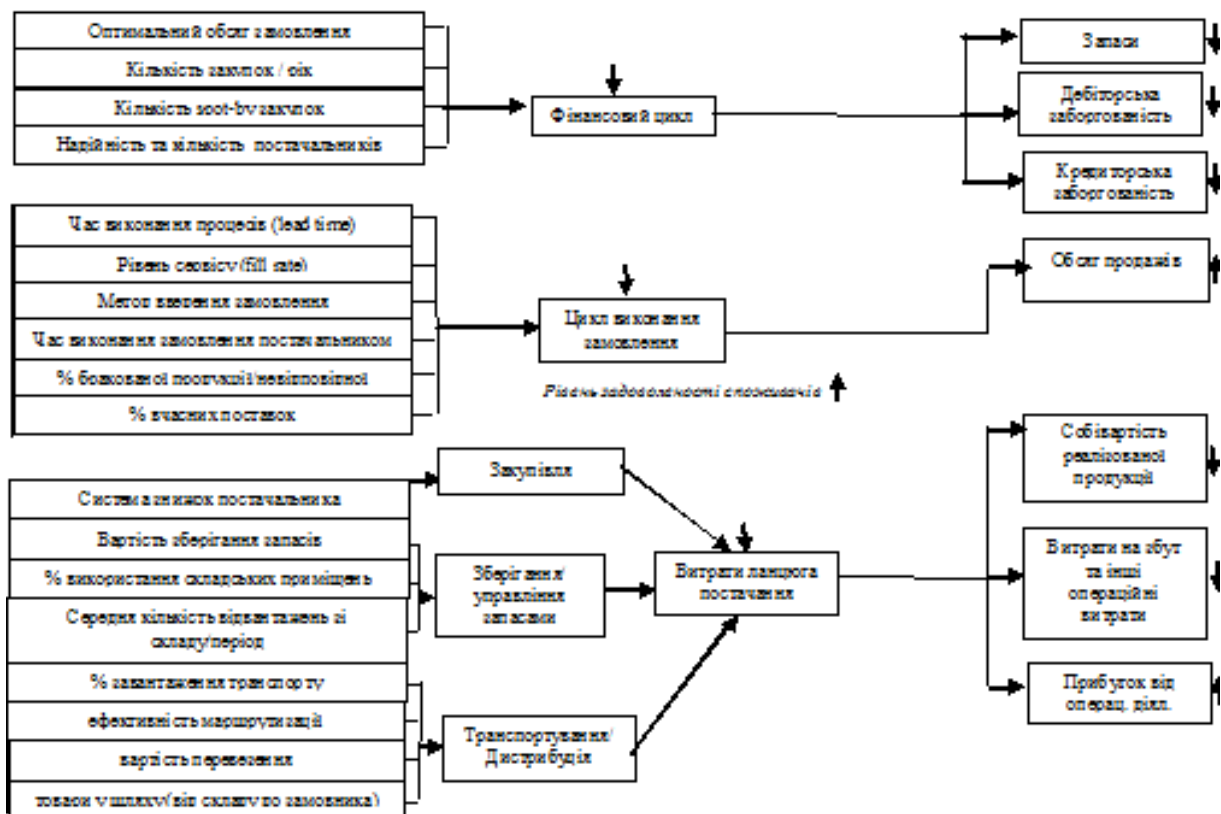


Рис. 2 – Модель оцінки ефективності ланцюга постачання, орієнтована на загальні фінансові результати підприємства

Результати досліджень. Для здійснення емпіричного аналізу та тестування універсальної моделі оцінки ефективності функціонування ланцюгів постачання, орієнтованої на взаємозв'язок з фінансовими результатами підприємства було обрано ТОВ Лікєро-Горілочаний Завод «Прайм».

ТОВ ЛГЗ «Прайм» наряду з Кримським винно-коньячним заводом ТОВ «Бахчисарай» є складовими алкогольної компанії «Олімп». Завод розташований в Харківській області, Чугуївському районі, в Малинівці в промисловій зоні. Підприємство відноситься до лікєро-горілочаної галузі харчової промисловості. Основний вид діяльності за КВЕД-2010 15.91.0: виробництво дистильованих алкогольних напоїв, готових до вживання, а саме горілки, та їх оптова торгівля. На території заводу розташовані адміністративний корпус, цех водопідготовки, спиртосховище, купажний цех, два цехи розливу, тарний цех, матеріальний склад, дві лабораторії, складські приміщення та енергомеханічний цех. Підприємство випускає ТМ «Prime», ТМ «Істинна», ТМ «Приватна колекція», ТМ «Вдала», ТМ «Біленька», ТМ «Плакуча Іва» та ТМ «Russian Shot». У власності підприємства знаходяться дві артезіанські свердловини глибиною 750 м. Виробничий потенціал заводу складається з 7 виробничих ліній повного циклу потужністю 15 млн. пляшок щомісячно. Ємність спиртосховища дорівнює 2 млн. л спирту, що дозволяє підприємству уникати перебоїв у постачанні. На рис. 3 сформована схема ланцюгу постачання ТОВ ЛГЗ «Прайм».

Ланцюг постачання ТОВ ЛГЗ «Прайм» має стандартизовані стадії: планування, закупівля, виробництво та постачання. Регіональні відділи продажів формують отримані замовлення від покупців, які потребують горілку. Узгодивши кількість готової продукції, яка є на складі, він планує обсяг виробництва. Замовлення надходить до ТОВ ЛГЗ «Прайм», де відділ закупок розраховує необхідну кількість сировини та матеріалів. Узгодивши кількість відповідних виробничих запасів, що є доступними на складі, він планує обсяг замовлення на закупівлю. Слід відзначити, що компанія дотримується політики територіальної близькості до свої постачальників та виробництво розташоване у промисловій зоні смт. Малинівка, де поряд знаходяться також завод з виробництва склотари та ковпаків. Після закупівлі необхідних компонентів, розпочинається процес виробництва, який складається з семи стадій. Далі готова продукція, якщо необхідно зберігається у цеху готової продукції та

відвантажується прямим клієнтам підприємства – роздрібним торговцям. Вони виступають дебіторами підприємства у процесі функціонування ланцюга постачання. Для транспортування готової продукції використовується автомобільний вантажний транспорт. Обсяг продукції у одній вантажній машині складає 40 000 пляшок.

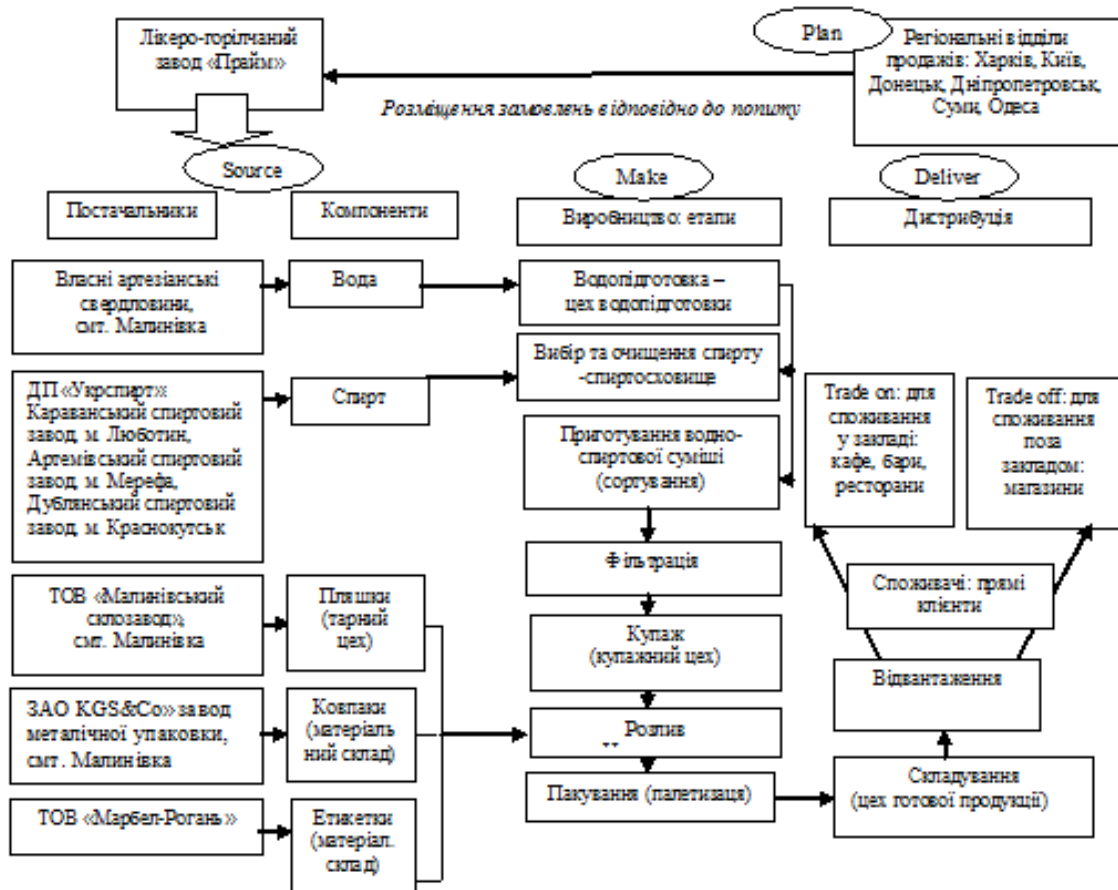


Рис. 3 – Внутрішній ланцюг постачання горілки ТОВ ЛГЗ «Прайм»

Таблиця. 3 – Показники ефективності ланцюга постачання ТОВ ЛГЗ «Прайм»

Показник	2008	2009	2010	2011	2012	Вплив
1	2	3	4	5	6	7
Оборотність запасів	6,96	3,65	3,65	3,85	7,00	Запаси
Період зберігання запасів, днів	52	100	100	95	52	Запаси
Оборотність дебіторської заборгованості		312,62	116,60	58,22	76,10	Дебіторська заборгованість
Період погашення дебіторської заборгованості, днів	132,39	1	3	6	5	Дебіторська заборгованість

Продовження таблиці 3

1	2	3	4	5	6	7
Оборотність кредиторської заборгованості	3	8,49	8,87	8,31	7,25	Кредиторська заборгованість
Період погашення кредиторської заборгованості, днів	7,29	43	41	44	50	Кредиторська заборгованість
Період оборотності робочого капіталу, днів	50	-22	5	-8	-64	Робочий капітал
Фінансовий цикл	5	58	62	57	7	
Цикл виконання замовлення, днів	2+7+3+1=13					Об'єм продажів, прибуток
Показник рівня сервісу	7,6%	6,4%	5,8%	5%	6,7%	Об'єм продажів, прибуток, запаси
Рівень витрат ланцюга постачання (% від об'єму продажів)	25	25,9	25,8	21,8	25,5%	Собівартість продукції, витрати на збут, інші операційні витрати
зберігання/управління запасами	15	17,2	14,5	8,2	10,2%	
транспортування/дистрибуція	5,5	5	6	7,5	8,9%	
здійснення закупівлі	4,5	3,7	5,3	6,1	6,4%	

Показник оборотності запасів мав позитивну тенденцію збільшення з 2009 по 2012 рік, що призвело до скорочення періоду зберігання запасів майже удвічі за цей період. Оборотність дебіторської заборгованості, навпаки, мала тенденцію до уповільнення темпів обертання, що відобразилось на збільшенні періоду погашення дебіторської заборгованості з 1 дня у 2009 році до 5 днів у 2012. ТОВ ЛГЗ «Прайм» з метою уникнення фінансових ризиків використовує політику реалізації продукції за передоплатою. Щодо періоду погашення кредиторської заборгованості, то її тривалість збільшилась, а швидкість обертання зменшилась. Підприємство ТОВ ЛГЗ «Прайм» закуповує необхідні матеріали, комплектуючі та напівфабрикати з відстрочкою платежу 60-90 днів за винятком ексклюзивної продукції. Отже період оборотності робочого капіталу є від'ємним значенням, яке має тенденцію до збільшення, що свідчить про неспроможність підприємства погасити усі свої короткострокові зобов'язання вчасно та недостатність власних оборотних коштів.

Щодо загального показнику оцінки ефективності ланцюга постачання – фінансового циклу, то його розрахунок показав, що у 2012 році цей період скоротився на 80% порівняно з попереднім роком. Це безперечно позитивно

впливає на діяльність компанії, адже підприємство стало швидше отримувати вхідний грошовий потік від реалізації продукції з моменту інвестування коштів у закупівлю сировини та матеріалів. Отже така характеристика ланцюга постачання, як оптимальний обсяг замовлення дозволить раціоналізувати рівень запасів на підприємстві та пришвидшити їх обертання, що у свою чергу скоротить витрати на їх зберігання. Для скорочення періодів погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей необхідно переглянути програми лояльності з своїми контрагентами та кредиторами. Отже завдяки впливу на ці фактори можна скоротити фінансовий цикл та оптимізувати обсяги запасів, дебіторської та кредиторської заборгованостей, тобто вплинути на компоненти балансу.

Цикл виконання замовлення у ТОВ ЛГЗ «Прайм» станом на 2012 рік складає 13 днів (2 – обробка та планування замовлення, 7 – закупівля сировини та матеріалів, 3 – виробництво горілки та 1 – постачання продукції замовнику). Отже, треба скоротити період закупівлі матеріалів та сировини, що може бути реалізовано внаслідок впровадження оптимального обсягу замовлення.

Згідно з розрахунками оптимального обсягу замовлення (EOQ) склотари він має складати 624 358 од. за одну партію, що обумовлює здійснення 82 замовлень на рік, тобто кожні 5 днів. Станом на 2012 рік кількість одиниць за одне замовлення склала 1 000 000 од., що призводило до здійснення 51 замовлення на рік, тобто кожні 7 днів. Безперечно результатом цього був підвищений рівень виробничих запасів, а відповідно й витрат на їх зберігання, а також більший час на закупівлю матеріалів, що безперечно збільшувало на тривалість циклу виконання замовлення. Структура витрат ланцюга постачання показує, що найбільший обсяг припадає на витрати на зберігання/управління запасами. Для аналізу впливу відповідних витрат на зміну обсягів одержаного прибутку застосовуються регресійно-кореляційний метод, який дозволяє виявити стохастичні зв'язки між двома масивами даних. Це дозволить проаналізувати впливу певних чинників, зокрема розміру витрат ланцюга постачання на результуючий показник прибутку від здійснення операційної діяльності. Регресійна модель будується за такою функцією:

$$Y = a_0 + a_1 * x_1 + a_2 * x_2 + \dots + a_n x_n, \quad (1)$$

де Y – операційний прибуток, x_1 – статті логістичних витрат, a_1 – коефіцієнт регресії. У табл. 4 відображені результати проведеного регресійного аналізу.

Таблиця 4. Регресійний аналіз залежності обсягу операційного прибутку від кожного виду витрат ланцюга постачання ТОВ ЛГЗ «Прайм»

Показник	2008	2009	2010	2011	2012
Операційний прибуток	11774	35348	23776	11446	14638
Витрати на зберігання/управління запасами грн.	33912	45213	47349	30224	34361
Витрати на транспортування/дистрибуцію грн.	12434	13143	19593	27644	29982
Витрати на закупівлю, грн.	10174	9726	17307	22484	21560
Коефіцієнт детермінації, R^2	83,6%				

Згідно з проведеного аналізу множинної регресії, де операційний прибуток – залежна змінна, а витрати на закупівлю, зберігання/управління запасами, транспортування /дистрибуцію – незалежні змінні, була виявлена висока сила зв'язку за шкалою Чеддона. Це означає, що 83,6% змін у операційному прибутку можуть бути пояснені змінами у розміру витрат на закупівлю, зберігання/управління запасами, транспортування /дистрибуцію. Отримана функція дозволяє розрахувати прогнозну величину операційного прибутку унаслідок зменшення величини витрат.

Кореляційний аналіз дасть змогу виявити тісноту зв'язку між результативним показником та чинниками. Коефіцієнт кореляції між двома змінними: операційним прибутком та витратами ланцюга постачання склав $r = -0,04$. Він є негативним, що підтверджує: чим вище значення однієї змінної, тим менше значення іншої.

Висновки. Основними компонентами фінансових результатів, на які впливає функціонування ланцюга постачання є запаси, дебіторська та кредиторська заборгованість, обсяг продажів, собівартість реалізованої продукції, витрати на збут, інші операційні витрати та операційний прибуток. Важливими логістичними показниками відображення цього взаємозв'язку є тривалість фінансового циклу, циклу виконання замовлення та рівень витрат ланцюга постачання. Представлена модель дозволяє простежити напрямок

впливу характеристик ланцюга постачання на кожний з представлених компонентів, що може стати надзвичайно корисним під час процесу прийняття рішень. У результаті проведених досліджень на базі ТОВ ЛГЗ «Прайм» було виявлено, що воно має оптимізувати витрати ланцюга постачання для підвищення операційного прибутку, раціоналізувати рівень запасів шляхом впровадження оптимального обсягу замовлення партії сировини та матеріалів, що призведе до підвищення оборотності запасів й скорочення фінансового циклу та збільшити рівень робочого капіталу, щоб підвищити здатність підприємства розплачуватися з своїми кредиторами.

Список літератури. 1. *Beamon B.M.* Measuring supply chain performance// International Journal of Production Management. – 1999/№19. – P. 275-292. 2. *Bullinger, H.J., Kuhner M.* Analysing supply chain performance using a balanced measurement method// International Journal of Production Research. - 2002/№40. – P. 3533-3543. 3. *Chan, F.T.S., Qi, H.J.* An innovative performance measurement method for supply chain management//Supply Chain Management: An International Journal. – 2003/№. 3. – P.. 209-223. 4. *Dr. Dawei Lu* Fundamentals of Supply Chain Management:Ventus Publishing Apps, 2011.-112 p. 5. *Hausman W.* Financial Flows & Supply Chain Efficiency/Visa Commercial Solutions – [electronic resource]//Access mode: http://www.visa-asia.com/ap/sea/commercial/corporates/includes/uploads/Supply_Chain_Management_Visa.pdf. – Title from the screen.-15.03.2013. 6. *Keebler, J. S., Manrodt K. B., Durtsche D. A., Ledyard D. M.* Keeping Score: Measuring the Business Value of Logistics in the Supply Chain. – Oak Brook, IL: Council of Logistics Management, 1999. – 330 p.. 7. *Kremers L.*, The link between Supply Chain and Finance//Supply Chain Asia.- 2010/March-April.- P.22-25 8. Supply Chain Operation Reference model. Version 10.0 – [electronic resource]//Access mode: <http://supply-chain.org/f/SCOR-Overview-Web.pdf> – Title from the screen. – 26.04.2013. 9. *Бауерсток Д. Дж.* Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд./ Бауерсток Д. Дж., Клосс Д. Дж. Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2005. – 640 с. 10. *Гунасекаран, А., Патель, С., МакГофи, Р.Е.* Рамки измерения эффективности логистической цепочки// Международный журнал экономики производства-2004/№ 3. – С. 333-347. 11. *Постникова Т. В.* Оценка ключевых показателей эффективности на примере интегрированной цепи поставки/ Наука и образование.-2012/№ 10. – С.513-525.

Надійшла до редакції 12.04.2013

УДК 658: 663.5

Вплив підвищення ефективності функціонування ланцюгів постачання на фінансові результати діяльності підприємства / Мищенко В. А., Зіміна К. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 24(997). – С. 99–114. – Бібліогр.: 11 назв.

Виявлені напрямлення впливу показателів оцінки ефективності ланцюга поставок на фінансові результати діяльності підприємства і визначені основні характеристики, які слід покращити. Сформована схема ланцюга поставок для ТОВ ЛГЗ «Прайм» і запропоновані подальші шляхи її оптимізації, які приведуть до покращення фінансових результатів діяльності підприємства. Проведен регресійний аналіз залежності операційної прибутку від витрат ланцюга поставок і побудована функція для розрахунку прогнозних величин. Представлена і протестована на ТОВ ЛГЗ «Прайм» модель аналізу ефективності з орієнтацією на фінансові результати підприємства.

Ключевые слова: ефективність ланцюга поставок, фінансові результати, фактори впливу, фінансовий цикл, цикл виконання замовлення.

Basic directions of influence of supply chain performance indicators on overall financial performance of an enterprise are defined and basic attributes, which should be improved are identified. The supply chain scheme of LLC Distillery "Prime" are created and further ways of its optimization, which can lead to increasing of overall financial performance, are suggested. Regression analysis of operational profit dependence on supply chain costs was conducted and function for calculation of predicted numbers was built. Model of efficiency analysis oriented on financial performance was suggested and tested on the basis of LLC Distillery "Prime".

Keywords: supply chain efficiency, financial performance, factors of influence, cash-to-cash cycle, order fulfillment cycle.

УДК 347.77

Т. В. П'ЯТАК, доц., НТУ «ХПІ»;

В. О. ІГУМНОВА, магістрант, НТУ «ХПІ»,

ОЦІНКА ВАРТОСТІ ТОВАРНОГО ЗНАКУ (БРЕНДУ) КОМПАНІЇ

В статті проведена оцінка вартості товарного знаку компанії ПАТ «АВК» та запропоновано враховувати вартість товарного знаку компанії у нематеріальних активах, що збільшить вартість компанії у цілому та надасть можливість отримувати додатковий дохід від володіння промисловою власністю у вигляді товарного знаку.

Ключові слова: товарний знак, вартість товарного знаку, інтелектуальна власність, промислова власність, нематеріальні активи, вартість компанії.

Вступ. Одним із об'єктів інтелектуальної власності, зокрема промислової власності, є торгова марка, товарний знак (знак для товарів і послуг), бренд. Торгові марки є важливою частиною маркетингової стратегії будь-якого бізнесу, вони вважається унікальним об'єктом інтелектуальної власності, оскільки за умови правильної підтримки її правомірного використання вона дає своєму власнику монополію на її застосування.

Цінність виняткових прав на товарні знаки і знаки обслуговування полягає в тому, що вони забезпечують їх власнику визначені, іноді вельми істотні, переваги в бізнесі. У міру просування на ринку вартість товарного знаку зростає, і він стає важливим елементом майнового комплексу підприємства. Оцінка товарного знаку компанії позитивно впливає на її спільну ринкову вартість і, отже, на її привабливість для партнерів і інвесторів.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Серед найбільш відомих дослідників питання оцінки вартості товарного знаку підприємства можна виділити Бондаренко С. А [1], яка працювала над оцінкою товарного знаку в Україні та Родіонов О. В. [2], який присвятив свої роботи оцінці вартості