

5. Управление затратами на предприятии: Учебное пособие / Ред. Г. А. Краюхин. — 2-е изд., перераб. и доп. — СПб.: Бизнес-пресса, 2003. — 255 с.
6. *Фандель Гюнтер*. Теория производства и издержек / Пер. с нем. под руководством и науч. ред. М. Г. Грещака. — К.: Таксон, 1998. — 528 с.
7. *Фомин Я. А.* Диагностика кризисного состояния предприятия: Учеб. пособие для вузов. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. — 349 с.
8. *Шанк Дж., Говиндараджан В.* Стратегическое управление затратами: Новые методы увеличения конкурентоспособности: Пер. с англ. — СПб.: Бизнес Микро, 1999. — 288 с.

Статтю подано до редакції 02.02.09 р.

УДК 658.8

О. О. Дима, канд. екон. наук,
кафедра маркетингу,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ, ЩО ПОЗИТИВНО ВПЛИВАЮТЬ НА РОЗШИРЕННЯ МІСТКОСТІ ВІТЧИЗНЯНОГО РИНКУ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

Стаття висвітлює основні макроекономічні фактори, що здійснюють позитивний вплив на впровадження практики використання сучасних світових досягнень у сфері логістики в Україні. В дослідженні виявлено значну кількість економічних факторів, що стимулюють розвиток логістики. Увага приділяється також і факторам соціально-демографічним, технічним та політико-правовим.

The article lights up basic macroeconomic factors which carry out positive influence on adoption of achievements in the field of logistic in Ukraine. Wide range of economic factors that stimulate development of logistic was found. Attention is also paid to demographical, technical and political factors.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: логістика, навколишнє середовище, макрофактори, STEP-аналіз.

У сучасних умовах велика кількість підприємств усвідомлюють важливість логістики для покращення своїх економічних результатів. Економічна криза, в свою чергу, торпедує розвиток логістики на вітчизняних підприємствах. Ті компанії, що не усвідомляють такої необхідності, залишаються осторонь конкурентного середовища. Логістика разом з політикою обслуговування клієнтів пропонує унікальний шанс для компанії створити конкурентоспроможний продукт, який буде достойно оцінений споживачем.

Макросередовище — це частина маркетингового середовища організації, яку вона не в змозі контролювати і регулювати, але повинна враховувати її вплив на маркетингові процеси, на ринок. Організація адаптує свою політику маркетингу до елементів макросередовища: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні, географічні.

У науковій літературі не представлено точного переліку макрофакторів, що треба враховувати в процесі аналізу навколишнього середовища підприємства. Зокрема, британські науковці Малькольм Мак-Дональд та Едріан Пейн пропонують аналізувати навколишнє середовище, виділяючи такі фактори: ринок споживачів, ринок рекомендацій, ринок впливу, ринок робочої сили, ринок постачальників. Е. Браерті, Р. Еклс та Р. Рідер пропонують аналізувати навколишнє середовище за такими факторами: економічний вплив, екологічний вплив, культурний вплив та технічний вплив. Г. Хулей, Д. Сондерс та Н. Пірсі виділяють наступні фактори: економічні, соціальні, правові, технологічні та політичні. Вітчизняний науковець С. С. Гаркавенко пропонує здійснювати дослідження за таким напрямками: економічні, соціально-культурні, політико-правові, технологічні та природно-географічні. А. В. Войчак та А. Ф. Павленко виділяють: міжнародні, регульовані, економічні, технологічні політичні, екологічні, конкурентні та соціальні фактори. В західній та вітчизняній літературі широко використовується STEP-аналіз (PEST-аналіз), який також включає перелічені вище фактори.

Розуміння макроекономічних факторів дає можливість компаніям визначитися з основними напрямками вдосконалення логістики. Тому в роботі будуть проаналізовані економічні, технічні, політичні та соціальні фактори, що створюють позитивні стимули для вдосконалення практики управління логістикою на підприємстві. Для аналізу навколишнього середовища була обрана модель STEP-аналізу, з огляду на її поширеність у науковій та практичній діяльності.

Економічні фактори

1. Високі темпи росту економіки та промислового виробництва до 2008 р., а також прогнозоване поновлення позитивних тенденцій в економіці вже у 2010 р.

Економіка України мала значні темпи росту до середини 2008 р. (до початку активної фази світової фінансово-економічної кризи). Так, темпи росту ВВП та промислового виробництва були набагато більшими, ніж у країнах Європи. На 1 січня 2008 р. приріст відповідно становив 7,3 та 10,2 %.

Таблиця 1

МАКРОЕКОНОМІЧНІ ПОКАЗНИКИ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ, ЩО ПОЗИТИВНО ВПЛИВАЮТЬ НА ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ (ЗА ДАНИМИ ДЕРЖКОМСТАТУ)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Зростання ВВП, %	2,7	7,0	7,3	-2,1	-10,7 (прогноз)	-2,4
Зростання промислового виробництва	3,1	6,1	10,2	-3,1	—	—
Роздрібна торгівля	22,4	24,8	28,8%	18,6	-7,1 (на початок року)	-

Економічні експерти прогнозують уповільнення падіння показників розвитку економіки вже у 2010 р. та відновлення зростання вже у 2011 р. Економічне зростання позитивно вплине на розвиток логістичних послуг. Зростання економічної активності буде сприяти поновленню попиту на якісні логістичні послуги. Дані представлені в табл. 1.

2. Низькі витрати на будівництво логістичної нерухомості та швидкі темпи її окупності.

В Україні у зв'язку з високими орендними ставками термін окупності сягає 7 років, у той час як у Європі — 20—25 років. Рентабельність логістичної нерухомості становить 18—20 % на рік.

На 1 січня 2009 р. обсяг сучасних складських площ у Києві та Київській області склав 734 970 кв. м. Для порівняння в Варшаві та околицях цей показник досяг 2 млн кв. м, у Празі та околицях — 1,34 млн кв. м, у Будапешті — 1,1 млн кв. м, а в Москві та області оцінюється в 3,9 млн кв. м [2].

3. Високі темпи зростання роздрібної торгівлі.

Сьогодні на споживчому ринку України активно конкурують між собою вітчизняні та іноземні роздрібні торговці. Про високий рівень конкуренції свідчить небажання російських роздрібних мереж брати участь у цьому «змаганні».

Разом з цим щорічне зростання обсягів торгівлі становило більше 20 % (табл. 1). Обороти роздрібною торгівлі за 2008 р. становив 449,3 млрд грн. За даними деяких експертів реальний обсяг роздрібною торгівлі може бути на 40—50 % більше за рахунок тіньової економіки.

Низка західних торговельних організацій планують вийти на ринок України. Вони звикли до високого рівня обслуговування, а також до організації логістичних процесів на засадах аутсорсингу. Усе це приведе до зростання попиту на логістичні послуги, транспорт та складську нерухомість.

4. Стрімкий розвиток економік Росії, Китаю та Індії і відповідно потреба у розширенні транспортних коридорів між заходом та сходом.

Між тим МВФ очікує 3,9 % економічного зростання в світі у 2008 р., а в майбутньому він складе три відсотки рівно. Локомотивами зростання в світі, як і раніше, залишаються ключові країни з перехідною економікою та економікою, що розвивається. Це перш за все Китай, якому укладачі доповіді обіцяють у 2008—2009 роках відповідно 9,7 і 9,3 %, та Індія, — 7,9 і 6,9 %. Потім слідує і Росія — 7 і 5,5 %. У США очікується в 2008 р. зростання на рівні 1,6 %, а в 2009 р. — усього 0,1 %. Для зони євро показники переглянуті у бік пониження — до 1,3 і 0,2 %. Ледве краще прогнози для Японії — 0,7 і 0,5 % [3].

Прогнозується зростання експорту з країн Європи в Азію на рівні 65—70 % та в зворотному напрямку — 45—50 % [5].

5. Ускладнення системи ринкових відносин і підвищення вимог до якості розподільчих процесів.

Підвищення вимог до якості процесів (якість товарів, терміни виконання замовлень, графіки постачань, асортимент, собівартість і ін.), викликане жорсткою конкуренцією, зумовлює вимоги з боку виробників, посередників та споживачів до постачальників сировини, матеріалів, комплектуючих, напівфабрикатів, готових товарів, а також послуг. У результаті має утворитися складна система зв'язків між різними суб'єктами ринку, яка призведе до вдосконалення існуючих моделей організації постачання і збуту, в кінцевому результаті це спричинить розвиток логістики. Завдяки цьому почнуть активно розвиватися складське господарство,

транспортування та інші логістичні послуги та форми взаємодії між суб'єктами господарювання [1].

6. Низький рівень розвитку інфраструктури.

Активний розвиток торгівлі та зростання обсягів споживання призводить до зростання попиту на якісні складські приміщення. На сьогоднішній день за оцінками експертів попит перевищує пропозицію в два рази. Рівень завантаженості існуючих складських площ на кінець 2008 р. становив більше 95 %. У Києві на 1000 жителів припадає 40 м² складських площ, в інших метрополісах удвічі менше [14]. У цілому ж по Україні на 1000 чол. припадає в середньому 15 м² складських приміщень. У західній Європі рівень насичення нерухомістю на душу населення в 15—17 раз вище. За рахунок високого попиту ціна на оренду складських приміщень перевищувала середньоєвропейську у півтора-два рази (до початку фінансово-економічної кризи).

У 2009 р. в Україні повинно бути побудовано 1,9 млн м² складських площ, у 2010 р. — 1,29 млн м², у 2011 р. — 1,85 млн м², тоді як за результатами 2007 р. в Україні були побудовані складські комплекси загальною площею 205 тис. м². У 2007 р. у Києві та області логістичних площ класу А нараховувалось 19 % від загального обсягу, класу «В» — 20 %, а за прогнозом на 2008 р. загальний обсяг складських приміщень класу «А» складатиме 43 %, класу «В» — 15 %. У той же час спостерігається тенденція до укріплення логістичних комплексів. Якщо в 2007 р. середня площа логістичних центрів складала 23 тис. м², то у 2008 р., цей показник має скласти 49 тис. м², у 2010 р. — 97 тис. м², у 2011 р. — 205 тис. м² [11].

Враховуючи регіональні особливості, варто відмітити, що ринок комерційної нерухомості припинив асоціюватися виключно із Києвом та ще з одним-двома розвиненими містами та в цілому по Україні спостерігається ріст введення об'єктів комерційної нерухомості. Це має місце й у сфері складської нерухомості, особливо у транзитних містах, таких як Одеса, Харків та Львів. Передбачається будівництво логістичних комплексів також поблизу таких міст, як портові: Миколаїв та Маріуполь, — так і промислові: Донецьк, Кривий Ріг, Дніпропетровськ та ін.

У Європі та Америці до 60 % виробників використовують послуги спеціалізованих логістичних компаній. В Україні — практично ніхто, оскільки подібні послуги обходяться в 25—35 % від собівартості товару. Але якщо скласти усі затрати на транспортування, навантажувально-розвантажувальні роботи, штрафні санкції, то ціна не виявиться такою вже високою.

Досвід Coca-Cola вказує на реальні можливості економії за рахунок аутсорсингу. Передавши 25 % логістики до сторонніх організацій, компанія знизила свої логістичні затрати на 5 %.

7. Низькі бар'єри для виходу на ринок.

У 2005 р. темпи росту ринку логістичних послуг досягли 50 %. На сьогоднішній день в Україні працює у 2—3 рази менше міжнародних логістичних компаній, ніж, наприклад, у Польщі. Це для такої країни, як Україна, дуже мало. Вимоги до рівня обслуговування також набагато нижчі, ніж у країнах Європи [7].

8. Високий потенціал росту ринку.

Доля внутрішньої логістики досягає 70 %. Логістична складова у вартості товару в Україні сягає 30—35 % (для порівняння у розвинутих країнах вона становить 8—10 %). Сьогодні в Україні пропонується 6—7 млн м² легальних складських приміщень. З них високоякісних (класу А і В) не більше 10 %. Компанія, що надає комплексні логістичні послуги, отримує третю частину прибутку від оренди складів, а 2/3 прибутку від супутніх логістичних послуг.

Германія заробляє на логістиці EUR170 млрд на рік, а Україна — EUR250 млн. При тому, що потенціал українського логістичного ринку, за оцінкою УЛА, можна порівняти з Німеччиною — EUR100—300 млрд. Нинішніх гравців ринку, для яких логістика є профільним бізнесом, починають тіснити «олігархи» з інших галузей та іноземні спеціалізовані компанії. Серед перших — Олександр Фельдман, Лев Пархаладзе (криза внесла свої корективи, і напрямок був проданих західним інвесторам), Віктор Вексельберг і Ігор Коломойский. Серед других — австрійський девелопер GLD Invest, французька компанія FM Logistic [12].

9. Економічна криза та спроба впровадження ефективної практики господарювання національними підприємствами.

Кризові процеси в Україні можуть загострити конкурентну боротьбу між учасниками ринку. Важливим критерієм вибору того чи іншого товару стане ціна. Оскільки усі можливості зниження собівартості за рахунок виробництва вичерпані, компанії будуть намагатися забезпечити зниження собівартості за рахунок інших сфер. В Україні частка логістики у собівартості товарів сягає 30—35 %, у той час як у Європі ця цифра становить менше 10 %.

У зв'язку з кризою компанії, як правило, вимушені скорочувати обсяги виробництва, і якщо раніше для них було рентабельно утримувати власні склади, то тепер оптимальним рішенням може бути аутсорсинг [8].

10. Експансія міжнародних логістичних та торгових компаній.

Іноземні логістичні компанії володіють сучасними технологіями логістичного сервісу та намагаються надавати комплексні послуги. Якщо західна логістична компанія спеціалізується на окремих логістичних послугах, то вона забезпечує найвищу якість та рівень задоволення клієнта. Така ситуація буде стимулювати конкуренцію та намагання вітчизняних компаній підвищити рівень обслуговування своїх клієнтів. Це призведе до подальшого розвитку логістики в Україні та підвищить середні показники ефективності по галузі.

Прихід іноземних торгових компаній супроводжується розвитком зовнішньої логістики, це також буде стимулювати вітчизняних логістичних операторів підвищувати рівень обслуговування.

Усе вище сказане буде стимулювати розвиток універсальних і спеціалізованих логістичних операторів.

11. Вигідне географічне розташування [13, 14].

Вигідне географічне положення України обумовлює її позицію, як торгівельного моста між Сходом та Заходом. За даними ЄБРР транзитний рейтинг України складає 3,11 — один з найвищих у Європі (наприклад, Польща (рейтинг 2,72), щорічно отримує тільки від транзиту вантажів 3,2—3,7 млрд \$). По території України проходять три з 10-ти європейських транспортних коридорів.

Коридор № 3 з'єднує міста: Берлін (Дрезден) — Вроцлав — Львів — Київ.

Коридор № 5: Трієст — Любляна — Будапешт — Чоп — Львів.

Коридор № 9: Хельсинки — Київ (Москва) — Одеса (Кишинев) — Дмитрівград.

Існує перспектива включення України до переліку країн — засновників Дунайського коридора № 7, а також продовження коридору № 5 — відгалуженням від Львова до Мінська з подальшим приєднанням до коридорів № 2 та 9.

Соціально-демографічні і культурні

1. Населення України.

Україна з населенням у 46 млн чоловік є достатньо емким споживчим ринком, який з кінця 90-х років динамічно розвивається.

2. Зростання рівня середньої заробітної плати.

В останні роки спостерігається стрімке зростання середнього рівня доходів населення України. Це буде стимулювати розвиток споживчого попиту, а відповідно і логістики.

**ДИНАМІКА ЗРОСТАННЯ СЕРЕДНЬОМІСЯЧНОЇ ЗАРПЛАТИ
(ЗА ДАНИМИ ДЕРЖКОМСТАТУ)**

	2005	2006	2007	2008
Середньомісячна зарплата	806	1041	1351	1806
Зміна середньомісячної зарплати, %	—	29,1	29,8	33,7

Науково-технічні

1. Розвиток телекомунікаційних технологій.

Розвиток сучасних телекомунікаційних технологій стимулює інтерактивний обмін інформацією у логістичних процесах та оптимізацію операційної діяльності учасників каналу розподілу. Це стосується товарних запасів, обсягів реалізації, завантаженості транспортних магістралей, маршрутизації транспорту.

2. Здешевлення комп'ютерних технологій.

Здешевлення комп'ютерних технологій стимулює їх поширення в усіх сферах логістичного ланцюга, що полегшує обмін та обробку інформації. Важливими факторами є їх мініатюризація та вдосконалення інтерфейсу.

3. Впровадження сучасних технологій у будівництві.

Сучасні технології стимулюють здешевлення будівництва та підвищення якості складської нерухомості, транспортних та інших магістралей. Це також підвищує їх функціональність.

4. Розвиток науково-дослідного потенціалу у сфері логістики.

В Україні діє багато освітніх закладів, які надають освіту у сфері логістики (КНЕУ, НТУ, НАУ, НУ «Львівська політехніка», КРОК та ін.). Крім цього існує велика кількість організацій, які реалізують короткострокові освітні проекти (таких можна виділити більше 10). Також в Україні видається п'ять науково-практичних журналів присвячених проблемам логістики («Logistics», «Логистика: проблемы и решения», «Дистрибуция и логистика», «Транспорт и логистика», «Корпоративная логистика», «Транспорт и логистика»). Функціонує Українська логістична асоціація.

Усе це показує широкий інтерес до сфери логістики, а також стимулює її інтенсивний розвиток.

Політико-правові

1. Державне сприяння розвитку «логістичних хабів».

У серпні 2006 р. Кабінет Міністрів України затвердив концепцію створення індустріальних (промислових) парків [11].

2. Державне стимулювання розвитку логістики.

Сьогодні Міністерство транспорту і зв'язку України активно працює над законодавчою базою для public-private partnership. Політика держави, за словами пана Легенького, полягає в залученні приватного капіталу в ті проекти, які раніше були лише державними. Наприклад, це можливість роботи операторів мереж контейнерних терміналів у портах при державній портовій адміністрації або законодавство для ефективної концесійної діяльності приватних компаній. «Мета держави — не створити державні комплекси, а створити комфортні умови для роботи інвесторів, у тому числі й у сфері інфраструктури», відзначив Григорій Легенький.

3. Державні інвестиції у розвиток логістичної інфраструктури.

Україна вже запозичила 26 млн євро в ЄБРР на розвиток державного порту в Іллічівську. Також Кабінет Міністрів нещодавно затвердив концепцію розвитку аеропорту «Бориспіль», яка включає будівництво вантажного терміналу і ряд проєктів для приватних інвесторів (готелі, бізнес-центри і так далі) [10].

Уряд на своєму засіданні прийняв розпорядження «Про невідкладні заходи по прискоренню будівництва великої кільцевої автомобільної дороги навколо м. Києва». Розпорядженням визначений багато заходів, покликаних максимально прискорити початок будівництва вказаної дороги. Як повідомляє Управління по зв'язках із ЗМІ Секретаріату Кабміну, передбачається внесення змін до нормативно-правової бази відносно спрощення проєктування, будівництва автодоріг і поліпшення їх якості. Планується врегулювати питання, пов'язані з виділенням земельних ділянок під забудову кільцевої дороги, а також включити її в перелік об'єктів права державної власності, які можуть надаватися в концесію. Очікується, що прийняття в експлуатацію кільцевої дороги дасть можливість перерозподілити основні транспортні потоки, які прямують через столицю України, зменшити рівень загазованості і шуму в місті, а також сприятиме розвитку промислової і комерційної інфраструктури Київської області, підвищенню інвестиційної привабливості регіону. Нагадаємо, в кінці вересня 2008 р. ТОВ «Дорожнє будівництво «Альтком» почало будівництво Великої окружної (кільце) дороги навколо Києва [6]. Враховуючи будівництво кільцевої дороги довкола Києва, приватні компанії вже зараз викупають землю для будівництва логістичних комплексів [10].

4. Участь України у міжнародних організаціях та перспективи розширення ЄС.

СОТ, СНД та інші організації стимулюють розвиток торгівлі, що у свою чергу сприяє участі вітчизняних логістичних організа-

цій у міжнародній торгівлі. Це буде стимулювати зростання рівня конкуренції, а відповідно розвитку вітчизняного ринку логістичних послуг.

5. Полегшення митних процедур.

Ведеться активна робота логістичних операторів з державними органами щодо полегшення митних процедур [4].

Крім того, концепція розвитку логістики на Україні передбачає перенесення митного оформлення вантажів з морських портів вглиб країни, у так звані «сухі порти». Це передбачає будівництво там нових митних терміналів, оскільки митна інфраструктура, що існує в портах, не справляється зі своєчасним оформленням вантажів, приводячи до простоїв [9].

Висновки. Проаналізувавши позитивні тенденції, можемо констатувати, що Україна може стати серйозним гравцем на світовому ринку логістичних послуг. Основним фактором є високі темпи розвитку економіки. Значний поштовх для розвитку логістики створить розвиток роздрібною торгівлі. Не менш значущим є географічне розташування України на шляху від Європи до Азії. Фінансово-економічна криза також має свої позитивні наслідки: компанії почали приділяти більше уваги оптимізації логістичних процесів. Логістичні послуги отримують значну популярність. І на цьому ринку з'являється велика кількість професіоналів. Уряд країни також починає звертати увагу на розвиток логістики, що також є позитивним індикатором.

Література

1. *Алесинская Т. В.* Основы логистики. Общие вопросы логистического управления / <http://enbv.narod.ru>
2. Аренда склада подешевела / <http://www.prometr.com.ua>
3. *Афанасьева Т.* МВФ зафиксировал рост в СНГ: Мировую экономику будут вытягивать Россия, Индия и Китай / <http://www.rg.ru>
4. *Волконская И.* Кабмин может ускорить процесс таможенного оформления портовых грузов / <http://openbiz.com.ua>
5. *Григорак М. Ф.* Обзор рынка распределительных логистических центров Киевского региона: тенденции и прогнозы / <http://ukr.logisticsplatform.com.ua>
6. Кабмин распорядился ускорить строительство кольцевой дороги вокруг Киева / <http://e-news.com.ua>
7. *Кузьменко А.* Складской бум. Западные логистические компании осваивают киевские окраины / <http://www.dsnews.ua>
8. Логистика кризисного периода / <http://www.prometr.ua>

9. Логистический рынок Украины оценивается в \$11—14 млрд / <http://avtocourier.ru>

10. *Потанчук Г.* Перспективы развития в Украине логистических комплексов для отрасли FMCG / www.proretail.info

11. Ринок логістичної нерухомості України: тенденції розвитку та перспективи / <http://www.maygerconsulting.com>

12. Складские мэтры / <http://www.vd.net.ua>

13. *Соколовский А.* Дорога к европейской цивилизации / <http://www.zn.ua>

14. *Шолохов В.* В поисках утерянных миллиардов / <http://www.loglink.ru>

Статтю подано до редакції 05.03.09 р.

УДК 658.8.03

С. І. Дугіна, канд. екон. наук, доц.,
кафедра маркетингу ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ ДО ЦІНОУТВОРЕННЯ НА СПОЖИВЧОМУ РИНКУ

Ціна є змінною складовою маркетингового комплексу, саме тому так важливо володіти методологією встановлення цін, оскільки низька ціна і дуже висока несприятливо позначаються на прибутковості. В статті дано об'єктивне обґрунтування і систематизація методів формування ціни, виявлено їх переваги і недоліки.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ціна, цінова політика, ціноутворення, цінова стратегія, управління цінами

Політика кондицій — встановлення умов та супутніх послуг, що супроводжують продаж і процес споживання товару, тобто йдеться про так звану маркетингову категорію «товарна пропозиція». Параметричні методи ціноутворення — методи визначення ціни, що ґрунтуються на залежності ціни товару від технічних, економічних, естетичних параметрів товару.