

2. *Макроусов, В.Н.* Основы территориальной организации транспорта / В. Н. Макроусов. – Саратов : Изд. – во Саратов. ун-та, 1990. – 16 с.
3. *Смірнов І.Г.* Логістика туризму: Навч. посіб. – К.: Знання, 2009. – 444с.
4. *Тархов, С.А.* Эволюционная морфология транспортных сетей / С. А. Тархов. – Смоленск – М. : Универсум, 2005. – 382 с.
5. *Хаггет, П.П.* Пространственный анализ в экономической географии. Пер. с английского / П. Хаггет. – М. : Прогресс, 1968. – 390 с.

УДК 656.13

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ПОСЛУГ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ЛОГІСТИЧНИХ ОПЕРАТОРІВ

Горбенко О.В., кандидат економічних наук
Вага А.Г.

Постановка проблеми дослідження. В умовах конкуренції і певних економічних ускладнень останнього року, прагнення підприємств до максимізації прибутку є не просто невід'ємною функцією управління, а їй потребує комплексного аналізу задля прийняття виважених рішень по його досягненню. В даний час в Україні, схоже, усвідомлена ця необхідність, хоча в розвинених країнах аналіз є нормою підприємницької діяльності вже вельми тривалий час. Високий рівень конкуренції на ринку спонукає керівництво компанії до пошуку шляхів та джерел підвищення ефективності бізнес-процесів.

Аналіз економічної літератури свідчить, що основну увагу дослідники приділяли створенню методологічних положень з визначення економічної ефективності діяльності підприємства та виробництва/надання окремого товару/послуги з метою виявлення найбільш пріоритетного напрямку розвитку. [4]

Особливим чином ці питання торкнулися й ринку логістичних послуг, що останнім часом показував стрімкий ріст. А особливо послуги контрактної логістики, тобто тих послуг, які пропонують підприємствам-виробникам відповідні підприємства, що зосереджують власну діяльність лише на комплексі логістичних рішень. (рис 1)

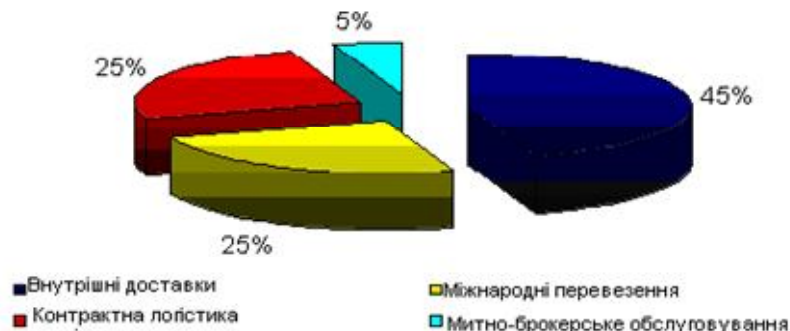


Рис. 1 Структура ринку логістики в Україні

Метою даного дослідження є аналіз ринку логістичних послуг в Україні та визначення основних напрямків його подальшого розвитку загалом та окремо в межах надання послуг контрактної логістики.

Відповідно до мети дослідження було сформовано такі завдання: вивчити сучасний стан розвитку логістики в Україні та її інтеграційні складові; проаналізувати кількісні характеристики логістичного ринку; визначити галузі народного господарства, які використовують принципи логістичного підходу; визначити кількість підприємств, що надають послуги контрактної логістики в Україні; визначити перелік послуг, що складає основу їх діяльності, тобто користується попитом серед підприємств-замовників цих послуг; визначити які будуть пріоритетні кроки подальшого розвитку логістичних підприємств в контексті розробки комунікаційної політики з акцентом на комплекс нових послуг.

Основна частина дослідження. За останні декілька років позиції логістичних операторів на українському ринку істотно зміцнилися, зросли кількісні та якісні показники їх діяльності. Та останні економічні явища дещо змінили пріоритети в політиці логоператорів. Оскільки ажіотажний попит на логістичні послуги, що існував до цих явищ і надавав можливість операторам отримувати практично надприбутки, зменшився. Багато підприємств-замовників цих послуг збанкрутіли, таким чином логістичні оператори втратили певну частину клієнтського портфелю. А отже задля забезпечення сталих показників розвитку їм необхідно змінювати власну політику подальшого розвитку, шукати та розробляти такі шляхи, які зможуть забезпечити їм адекватні показники розвитку. це спонукає їх до пошуків альтернативних шляхів розширення клієнтської бази, збільшення долі ринку, зміцнення конкурентних позицій.

На логістичному ринку України підприємства застосовують чотири способи побудови логістики. Перший спосіб – first party logistics, 1PL – це цілковито автономна логістика. Компанія може самостійно створити службу, що займатиметься закупівлею сировини/матеріалів і збутом продукції. У цьому випадку будуються склади, створюється автопарк, формується великий штат працівників. В Україні більше половини офіційного ринку логістичних послуг зосереджено всередині компаній-замовників, і в цій частині складське господарство має визначну роль («Орлан-транс» у вантажоперевезеннях, «Укрвино» і «Тетра Пак» в області складських сервісів та ін.).

Другий спосіб (second party logistics, 2PL) – продати стороннім компаніям тільки частину функцій.

Наприклад, складське зберігання або окремі види перевезення.

Третій (third party logistics, 3PL) – аутсорсинг усієї логістики, зокрема управління поставками сировини та відвантаженням продукції. Прикладами таких компаній в Україні є «СAB-Сервіс», «Kuehne&Nagel», «ГНБ Логістик Україна», «Українські вантажні кур'єри», ICT та ін. Четвертий спосіб (forth party logistics, 4PL) передбачає більш тісну співпрацю з логістичним провайдером, коли останній не тільки забезпечує доставку, відвантаження та їх координування, а й просуває товар у роздробі. На українському ринку вже присутня компанія, в структуру якої введений 4PL-оператор – «Метро Кеш енд Керрі» – METRO MGL Logistik GmbH.

На українському ринку зараз можна відокремити наступні компанії-конкуренти: УБК, Raben, Schenker, Kuehne&Nagel, Fiege, FM Logistics, Lux Logistics, AsstrA, Комора – С, Fordon, Максан, TNT, DHL, Euro – express, Автолюкс, Нічний експрес, Міст-Експрес. При чому в сегменті комплексної логістики основними конкурентами є: УБК, Raben, Schenker, Kuehne&Nagel, Fiege, FM Logistics, Lux Logistics, AsstrA, Комора – С, Fordon, Максан.

Логістичні послуги даних компаній зосереджені на комплексному управлінні процесами транспортування та зберігання вантажів. Це означає, що компанія не лише транспортує, а й бере на себе всі послуги експедитування; не лише складування, а й маркування вантажів, складання вантажних одиниць, тощо. [5]

Все це впливає на комплекс послуг, що надають лог оператори. Лідери можуть надавати повний спектр стандартних послуг, а саме:

- Митно-брокерське обслуговування включає в себе підготовку документів до перевезення, митного контролю та оформлення; прийом, реєстрацію товару; заповнення митної документації; проведення контролю митних платежів; огляд і пропуск збірного вантажу через кордон держави.

- Послуги з транспортування: доставка вантажів «від дверей до дверей»; послуги експедитування; дотримання графіків доставки вантажів; забезпечення збереження вантажів; система забезпечення документообігу; дотримання необхідного температурного режиму.

- Складські послуги включають зберігання товарів; відбір і комплектацію замовлень; навантажувально-розвантажувальні роботи; обробку товарів (упаковка, маркування, палетування); надання необхідних звітів про просування (рух) товару на складі; утилізацію, згідно заявки клієнта; складське зберігання; страхування товару, що зберігається на складі; крос-докінгові операції; сортування товару (палетне, поштучне); відповідність приміщень самим жорстким вимогам з температурного режиму, вологості і пожежної безпеки.

Зараз структура логістичного попиту виглядає таким чином:

Перш за все, це оптова та роздрібна торгівля. Роздрібні мережі, що застосовують просунуті технології, висувають високі вимоги до постачальників і партнерів в ланцюгах постачань. Вони вносять нові правила гри в логістичні операції. Надалі по (від)мічається транспортно-логістична галузь. За ними йде дистрибуція – партнерство з виробниками, просування продукції від місць виробництва до місць продажу. Далі виділяються виробництво та промисловість. Окремо варто

згадати такі галузі, як нафтова, газова, машинобудівна, будівельна, фармацевтична, харчова, автомобілебудівна, хімічна і добувна галузі економіки. (рис.2)

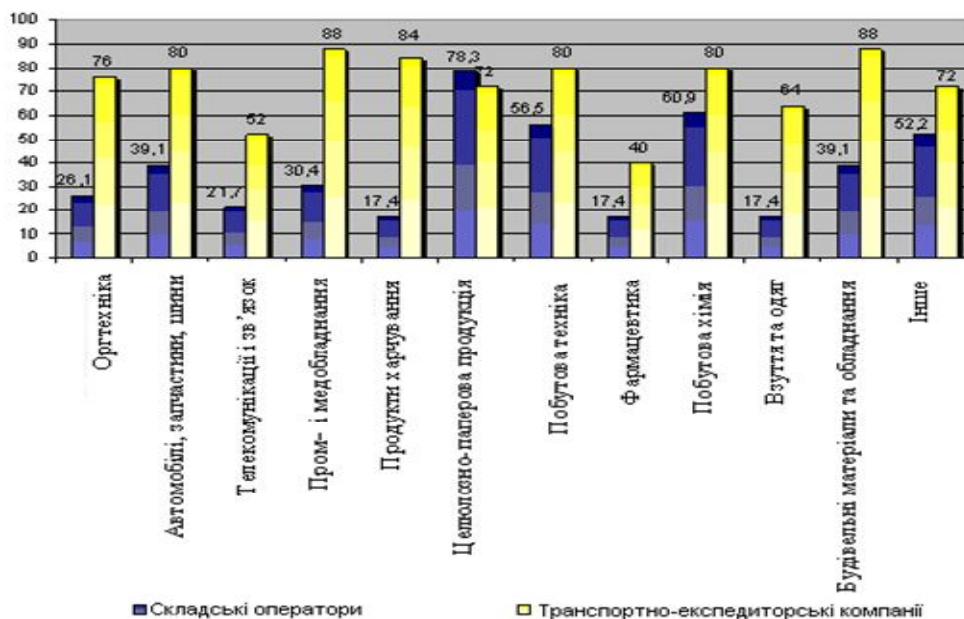


Рис. 2 Структура попиту на логістичні послуги

Та попри широкий перелік послуг, що надаються, логістичні оператори перебувають у стані постійного пошуку вільних сегментів, де б не було явного лідера, а існуюча пропозиція не задовольняла потреби замовників. Оскільки вимоги клієнта зростають з кожним днем, логістичним операторам потрібно чітко уявляти, що можна і потрібно пропонувати різним цільовим групам.

Виявлення нових цільових аудиторій, аналіз їх потреб та розробка нових послуг для них є досить важливим, проте цей процес пов'язаний з рядом додаткових витрат на придбання та встановлення певної техніки, матеріалів та обладнання, що безпосередньо впливає на фінансові показники.

До альтернативних послуг можна віднести:

- доставку мілких партій вантажів по Україні;
- експортні перевезення готового одягу в кузовах з вішалками;
- логістика заморожених продуктів;
- транспортування засобів захисту рослин (сезонний товар);
- конвоювання автомобільних вантажів;
- подарункові набори;
- перевезення сипучих вантажів (борошно, цукор, цемент);
- юніти.

Встановлено, що до ключових параметрів якості логістичного обслуговування споживачі відносять:

- час від отримання замовлення постачальником до поставки продукції споживачу;
- гарантовану надійність доставки при будь-яких умовах;
- реальну можливість доставки за першою потребою замовника;
- наявність необхідних запасів в логістичній системі;
- стабільність матеріально-технічного забезпечення клієнтів;
- максимальну відповідність виконання замовлень вимогам клієнтів;
- зручність розміщення замовлення в логістичній системі;
- швидке підтвердження замовлення, що прийнятий до виконання;
- об'єктивність цін на логістичні послуги;
- регулярне інформування клієнтів про рівень та структуру витрат на логістичне обслуговування;
- наявність в логістичній системі можливостей надання постійним клієнтам товарних кредитів;
- високу ефективність технології вантажопереробки на складах та інших трансформаційних об'єктах логістичної системи;
- забезпечення високої якості упаковки товарної продукції;

-прогресуючу можливість здійснення пакетних та контейнерних перевезень.

Висновки. Логістичний сектор в Україні відрізняється неконсолідованістю. Це бізнес великої кількості відносно невеликих компаній з достатньо обмеженими ресурсами. До прикладу, оборот найбільших українських операторів складає менш ніж 100 млн дол., а європейські логістичні компанії в середньому мають оборот в приблизно 1 млрд євро.

Налічується приблизно 4000 компаній, що займаються вантажоперевезеннями та транспортним експедитуванням, це подавляюча більшість. Фірми, які визначають себе як такі, що спеціалізуються на наданні послуг з аутсорсингу логістики, складають не більше 1% - примітна характеристика існуючого рівня цього сегменту логістичного ринку. У світі ж, навпроти, даний сегмент дуже розвинений. За оцінкою експертів, до 2008 р. Американські компанії передадуть на аутсорсинг близько 56% витрат на логістику, компанії Західної Європи та АТР – 81% і 60% відповідно.

Таким чином, можна помітити, що українські оператори працюють на великому, зростаючому ринку транспортно-експедиційних послуг, а логістичний аутсорсинг до цих пір не переріс рамки ніші. Однак є всі підстави вважати, що в найближчі роки цей ринок буде стрімко розвиватися. Питання тільки в тому, коли почнеться помітний ріст.

Навідміну від українських, серед західних компаній можна чітко виділити три типи.

До першого відносяться **логістичні оператори, що орієнтовані на галузеву пропозицію фірмам**, що перш за все мають потребу в широкій дистрибуції товарів (сектор B2C) чи вибудовуванні ланцюгів постачань (сектор B2B), що пропонують комплексні послуги, що гнучко підлаштовуються під запити клієнта, і відрізняються найбільшим ступенем інтеграції з ним. До таких можна віднести FM Logistic, Exel, Ceva Logistics та ін. Другий тип – переважно експедиційні компанії, що надають широкій спектр простих послуг з транспортування товарів, в першу чергу для промислових підприємств; головним їх пріоритетом є географічна експансія. Приклади – Schenker, Kuehne&Nagel. Для компаній обох типів власні активи не є основою бізнесу (власний парк забезпечує не більше 10% виручки). Третій менш розповсюджений тип – **вузькоспеціалізовані компанії**, що зайняті в сегментах, робота в яких пов'язана з володінням власними активами (наприклад, фірми, що спеціалізуються на перевезенні негабаритних вантажів, морські контейнерні лінії і т.д.: Moller-Maersk Group та ін.)

Зараз основні напрями в конкуренції і розвитку будуть: строки поставок, регіони охоплення, наявність складів, оснащеність складів, розташування складів, спектр, послуг, що надаються.

Література

1. Бауэрске Д.Д., Клосс Д.Д. Логистика: интегрированная цепь поставок. - М.: ЗАО "Олимп-бизнес", 2005р.
2. Гаджинський А.М. Основні методи та моделі логістики. – М.:2005.
3. Логистика: Учебник / Под ред. Б. А. Аникина: 3-е изд. – М.: Инфа-М. – 2005р.
4. Журнал «Дистрибуція і логістика», №2, 2010р.
5. Горбенко О.В., Пильченко А.О. «Розвиток діяльності логістичних провайдерів в Україні», - Управління проектами, системний аналіз і логістика., К.: - НТУ, № 6, 2009р.

УДК: 656.13

АНАЛІЗ ВПЛИВУ МИТНОГО РЕГУЛЮВАННЯ НА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ, «ПРОВАЙДЕРІВ» ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ У 2009 РОЦІ

**Горбенко О.В., кандидат економічних наук
Грушецький В.С.**

Мета будь-якого підприємства – це максимізація прибутку, а не лише збереження його на сталому рівні. Задля досягнення цієї мети здійснюють вплив різних факторів: зовнішніх, внутрішніх. Відповідно аналіз наявності та рівень впливу цих факторів, а також застосування до них адекватних рішень забезпечує менеджменту підприємства певну стабільність функціонування навіть за ринкових умов, які характеризуються швидкими змінами. В даній статті, проведено загальний аналіз впливу митного регулювання в 2009 році на з боку податкових та митних органів влади на діяльність підприємств логістичної системи.

Актуальність проблеми підтверджують делегати – представники вітчизняних логістичних