

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2020-11-87-42>

УДК 338.516

Пчелянська Г.О., Стефаненко К.І.

Вінницький торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету

## ЦІНОУТВОРЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПОСЛУГ

**Анотація.** Метою статті є розгляд механізму ціноутворення в логістичних системах і виявлення особливостей встановлення цін на логістичні послуги. Розглянуто особливості формування цін на логістичні послуги. Приділено вагоме значення дослідженню складу витрат на логістичні послуги як бази формування ціни в системі логістики, так і основних параметрів рівноваги. Розглянуті види витрат в контексті їх впливу на ціну. Визначено вплив витрат на ціноутворення послуг. Визначені види логістичних послуг та особливості ціноутворення залежно виду послуг. Досліджені види факторів формування логістичних витрат залежно від ступеня їх деталізації. Наведені фактори, які необхідно враховувати в процесі розробки стратегії ціноутворення в логістичних системах – як зовнішніх, так і внутрішніх відносно об'єкта ціноутворення. Визначено, що стратегія ціноутворення обирається залежно від місії компанії й спрямована на зайняття конкурентної позиції на ринку, орієнтується на споживача та враховує ресурсний потенціал підприємства і спрямовується на збільшення розміру прибутку.

**Ключові слова:** ціна, ціноутворення, логістична система, послуга, витрати, конкурентоспроможність.

Pchelianska Galyna, Stefanenko Kostyantyn

Vinnytsia Trade and Economics Institute  
Kyiv National University of Trade and Economics

## PRICING OF LOGISTICS SERVICES

**Summary.** The purpose of the article is to consider the mechanism of pricing in logistics systems and identify features of pricing for logistics services. Features of formation of prices for logistic services are considered. Significant importance is attached to the composition of costs for logistics services as a basis for price formation in the logistics system and the basic parameters of equilibrium. The types of costs in the context of their impact on the price are considered. Logistics costs are characterized by: distribution by different groups of costs, classified by traditional aspects (species and quantity); high and often increasing share of total costs of the enterprise; – variability of costs in different periods of time; division of responsibility for their occurrence between the many organizational units and jobs that make up the logistics system; the complexity of measures related to determining their total volume and performing a large number of settlement operations. The influence of costs on the pricing of services is determined. Types of logistics services and features of pricing depending on the type of services are defined. Depending on the degree of non-market regulation, services are divided into: services, the tariffs for which are regulated by the state; services, tariffs for which are formally regulated by market participants themselves; services, tariffs for which are formed by market mechanisms. The types of factors of formation of logistic expenses depending on the degree of their detailing are investigated. The factors that must be taken into account in the process of developing a pricing strategy in logistics systems. It is determined that the pricing strategy is chosen depending on the company's mission and is aimed at taking a competitive position in the market, is consumer-oriented and takes into account the resource potential of the enterprise and is aimed at increasing profits. The article determines that the price of the service takes into account: the time of service; the total time of the contractor to perform the service; order waiting time; rates of tariffs for services when calculating wages; direct and other costs.

**Keywords:** price, pricing, logistics system, service, costs, competitiveness.

**Вступ.** Проблема формування цін на логістичні послуги є досить актуальною для вітчизняної економіки. На сучасному етапі розвитку в умовах ринкового механізму господарювання необхідно обґрунтоване ціноутворення і облік його особливостей в логістичних системах. Сучасний підхід до ціноутворення в логістичних системах передбачає проведення систематичних досліджень на всіх його етапах, а також пошук нових підходів, що відповідають вимогам ринку. Одним з таких напрямків є вивчення особливостей логістичного підходу в політиці ціноутворення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання впровадження маркетингового ціноутворення на товари на послуги відображені в працях науковців: Окландер М. [1], Панасенко Т. [2], Стадник В. [3], Чичуліна К., Кладченко Я. [4] та інших вчених. Особливості функціонування логістичних систем досліджувалися Громовою О.

[5], Дибчук Л. [6], Крикавським Є. [7] та іншими науковцями та практиками.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Потребує подальшого дослідження питання ціноутворення на ринку логістичних послуг, оскільки відсутнє детальне трактування особливостей ціноутворення в системі логістики в розрізі різних об'єктів та суб'єктів. Все це і обумовлює актуальність напрямку дослідження.

**Мета статті** є розгляд механізму ціноутворення в логістичних системах і виявлення особливостей встановлення цін на логістичні послуги.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основна мета логістичного ціноутворення – визначити такий рівень цін на продукцію, котрий би був оптимальним балансом між споживачем і надавачем послуг, витратами логістичної системи на створення і реалізації даної послуги [4].

Ціноутворення базується на формуванні попиту, конкуренції, якості товару, а також на своїх виробничих, комерційних, адміністративних витратах, відповідних певній ціні і змінюються в залежності від кон'юнктури ринка.

Розглядаючи питання ціноутворення в логістичних системах, слід мати на увазі дві категорії організацій. Перша включає підприємства виробників продукції, для яких логістика розглядається як забезпечує підсистема; друга складається з організацій, що пропонують логістичні послуги [7]. В основі цінової політики тих і інших фірм можуть лежати цілі, орієнтовані на ринок або на розвиток власного виробництва. Нерідко виникають комбінації цілей, які стосуються як ринку, так і окремої фірми, досягнення максимальної прибутку або максимального обсягу продажів. Серед цілей, орієнтованих на ринок, розширення та збільшення контрольованої частки ринку. Цілі можуть бути також орієнтовані на покупців (наприклад, досягнення по можливості більш глибокого впровадження на ринку низьких цін) або на конкурентів – формування конкурентоспроможних цін або створення вхідних бар'єрів на ринок за допомогою політики низьких цін. У свою чергу, цілі, орієнтовані на розвиток підприємства, повинні сприяти кращій завантаженні виробничих потужностей та складських запасів, згладжування сезонних коливань попиту, спрощення управління процесом реалізації і т. д. [1].

Складність логістичних ланцюгів в цілому обумовлюється не тільки складом різнорідних підрозділів підприємств, основних учасників цих ланцюгів, і їх багаточисельними складовими, а й самим об'єктом ціноутворення в логістичних системах. Таким об'єктом є логістична послуга. В залежності від того, до якої ринкової структури відноситься організація – виробник послуги, змінюється підхід до ціноутворення та визначення вартості оптимальних обсягів виробництва товарів і послуг при наявних ресурсах. Стратегії ціноутворення тісно пов'язані з принциповими рішеннями в відношенні вибору стратегії конкурентної боротьби і позиціонування на ринку окремого товару, групи товарів та фірм в цілому, що частково обмежує сферу можливостей рішень в області цінової політики [2; 3].

У відповідності з вимогами ринкової економіки ціна повинна бути така, щоб покривати витрати і забезпечувати прибуток учасникам процесів обміну [9]. Загальні логістичні витрати, враховуються в ціні товару, включають всі необхідні витрати для забезпечення логістики (від закупівлі ресурсів до реалізації готового продукту). При виборі цінової політики в системі логістичних послуг найважливішим фактором виступають витрати, тому зростає роль методів їх обліку та калькуляції.

Логістичні витрати – складова частина загальних витрат підприємства, що є витратами, які супроводжують рух матеріального потоку, тобто формуються паралельно з ним, для виконання головної задачі функціонування логістичної системи – доставки товару в потрібне місце, в потрібній кількості, за певний термін і при заданому рівні витрат. Для логістичних витрат характерні:

- розподіл за різними групами витрат, що класифікуються за традиційними аспектами (видовому і кількісному);

- висока і часто зростаюча частка сукупних витрат підприємства;

- мінливість величини витрат в різні періоди часу;

- розділення відповідальності за їх виникнення між безліччю організаційних ланок і робочих місць, з яких складається логістична система;

- трудомісткість заходів, пов'язаних з визначенням їх загального обсягу і виконання великої кількості розрахункових операцій [10].

Саме рух, а не використання ресурсів викликає основні витрати, що формують собівартість продукції. З рухом ресурсів пов'язані і основні економічні втрати, отже, і основні резерви економії ресурсів. Резерви економії ресурсів від впорядкування їх руху, як і резерви економії ресурсів від впорядкування їх використання, мають явну і приховану форми прояву [5].

Чинники формування логістичних витрат можливо відокремити та аналізувати на різних рівнях, залежно від міри їх впливу:

- базовий (стратегічний) рівень – якщо розглядати вплив на формування логістичних витрат просторового розміщення підприємства, типу виробництва, організації виробництва, організації постачання, організації дистрибуції тощо.

- перший рівень деталізації – повинен передбачати ідентифікацію чинників, які є елементами логістичної діяльності та інфраструктури в можливості генерування впливу на логістичні витрати (просторове розміщення виробництва, просторове розміщення постачальників, просторове розміщення споживачів, використання власного або стороннього транспорту, використання проміжного складування, наявність інтегрованих інформаційних систем тощо);

- другий рівень деталізації чинників відбувається шляхом ідентифікації чинників, які безпосередньо впливають на окремі елементи логістичних витрат: витрати фізичного переміщення матеріального потоку, витрати запасів та витрати інформаційно-управлінських процесів;

- третій рівень деталізації повинен включати чинники, які власне формують кожен з вищезазначених елементів логістичних витрат згідно з розподілом таких елементів [8; 10].

Встановити точний розмір цін, особливо на нову продукцію і послуги, складно, оскільки до складу цін включаються не лише змінні та прямі витрати, але і побічні, як складова частина загальних витрат на даний об'єкт. Розмір непрямих витрат в логістиці визначається об'ємом кінцевого продукту логістичної системи і об'ємом його продажів, що залежить від ціни. При невірній оцінці ринкового попиту підприємства, що призначають занадто високі ціни, неможливі для реалізації запланованого обсягу продажів, і навпаки, при дуже низьких цінах купівельний потенціал ринку буде використаний не в повній мірі.

Послуги не піддаються накопиченню в запасах – моменти створення і споживання послуги збігаються у часі, а нереалізована можливість надання послуги втрачається. Звідси з'являється можливість істотного коливання попиту у часі без можливості регулювання величин пропозиції за

рахунок запасів, ця проблема може вирішуватися шляхом регулювання тарифів інтенсивності попиту на послуги у часі. Для цього застосовуються різного роду знижки з тарифів на послуги. При проведенні цінових розрахунків слід враховувати існування двох умов реалізації послуги: в пікові періоди і в інший час [4; 7]. Оскільки першим правилом комерційних, в тому числі і цінових розрахунків є орієнтація на гірші за можливістю умови діяльності, то в разі якщо необхідно визначити умови беззбитковості цінових рішень, в розрахунках слід користуватися меншою з величин отримання потенціалу логістичних рішень [2]. Звідси можна зробити висновок, що в разі, коли підприємство використовує витратну модель ціноутворення, в основу тарифу повинна закладатися одна з величин прямих витрат.

Ідея ціноутворення на набір логістичних послуг не відрізняється від механізму ціноутворення на набір товарів, – комплекс благ повинен коштівати покушчеві менше, ніж при покушці кожної послуги з набору, що пропонується окремо [1; 7].

Аналізуючи проблему встановлення рівня цін на логістичну послугу, доцільно зробити висновок, що чим менше значущі речові компоненти в наданій послугі, тим важче клієнтам співставляти між собою послуги різних фірм. Відповідно фірми, що здійснюють перевезення вантажів великих компаній, мають більшу свободу в регуляції цін на них, ніж фірми, послуги яких пов'язані зі створенням матеріальних продуктів.

При встановленні цін на логістичну послугу необхідно враховувати вплив на величину тарифу таких факторів зовнішнього середовища, як державне так і місцеве оподаткування, а також інші збори. Саме тому на наступному етапі розрахунку тарифної ставки враховується специфіка формування цін в країні – експортерів і величину податків [10].

Отже, стратегія ціноутворення обирається залежно від місії компанії й спрямована на зайняття конкурентної позиції на ринку, орієнтується тільки на споживача або враховує власний ресурсний потенціал і прагне до збільшення розміру прибутку. Обрання цінової стратегії зумовлює довгострокову політику, що містить в собі визначення мети цінової пропозиції, оцінку обсягів наданих логістичних послуг за різних цін, аналіз цін конкурентів, визначення рівня витрат та встановлення остаточної ціни з урахуванням зовнішніх і внутрішніх факторів [3; 4].

## Список літератури:

1. Окландер М. Маркетингові технології економічного зростання : монографія. Одеса : Астропринт, 2012. 375 с.
2. Панасенко Т. Цінова стратегія і стратегія ціноутворення організації: термінологічна та змістовна ідентифікація. *Траекторія науки*. 2015. Т. 1, № 4. С. 224–235.
3. Stadnyk V., Pchelianska G., Holovchuk Yu., Dybchuk L. The concept of marketing of balanced development and features of its implementation in the food market. *Agricultural and Resource Economics*. 2020. Vol. 6. No. 3. Pp. 80–95. URL: <http://are-journal.com>
4. Чичуліна К.В., Кладченко Я.О. Сучасні цінові стратегії на основі психології. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 352–355. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/69.pdf>
5. Громова О.Є., Люк М.М. Мета сучасної логістичної концепції у транспортній кампанії. *Науковий журнал «Молодий вчений»*. 2020. № 7(83). С. 108–110. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/7/24.pdf>
6. Дибчук Л.В., Пчелянська Г.О. Маркетингового-логістична модель дистрибуції на продовольчому ринку. *Проблеми економіки*. 2019. № 3. С. 54–60. URL: [https://www.problecon.com/export\\_pdf/problems-of-economy-2019-3\\_0-pages-54\\_60.pdf](https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2019-3_0-pages-54_60.pdf)
7. Крикавський Є. Економіка логістики. Львів : Вид-во Львівської політехніки, 2014. 640 с.
8. Li Tao, Chen Yan, Li Taoying. Pricing Strategies of Logistics Distribution Services for Perishable Commodities. *Algorithms*. 2018. Vol. 11, 186. doi:10.3390/a11110186www.mdpi.com/journal/algorithms

На формування цін на послуг істотно впливає ступінь міри їх позаринкового регулювання. З цією позиції усі послуги можна розділити на три категорії [8; 9]:

– послуги, тарифи на які регулює держава (наприклад, послуги, пов'язані з діяльністю в області зв'язку і транспорту);

– послуги, тарифи на які формально регулюють самі учасники ринку (наприклад, тарифи на авіап перевезення);

– послуги, тарифи на які формуються ринкові механізмами (послуги банків і ін.).

Відповідно підхід до встановлення тарифів на послуги прямо залежить від того, до якої з трьох перелічених вище груп цих послуг відносяться. Існують три домінуючі моделі ціноутворення для підрядних логістичних контрактів: трансакційне ціноутворення, калькуляція витрат на основі діяльності та ціноутворення з винятком витрат. Крім того, порівняльний аналіз та розподіл прибутків є популярним засобом визначення стимулів для постачальників послуг.

**Висновки і пропозиції.** Узагальнюючи проведене дослідження, слід позначити, що в ціні послуги, як правило, враховують: час виконання послуги; загальний час підрядника на виконання послуги; час очікування замовлення; ставки тарифів на послуги при нарахованні заробітної плати; прямі та інші затрати.

Специфічною особливістю всіх послуг, в тому числі і логістичних є індивідуалізація, тобто кінцева ціна послуги буде визначатися в результаті персональної взаємодії працівників сервісної організації з клієнтом, тому особливо важливо застосовувати процедури стандартизації витрат, що вимагає розробки нормативів затрат на здійснення деяких типів операцій і орієнтації саме на них при обґрунтуванні тарифів на послуги з базовими характеристиками. Таким чином, встановлення обґрунтованих тарифів на логістичні послуги, а також доповнивши такі базові тарифи гнучкою системою знижок і надбавок за особливі умови виконання замовлення, відповідно з індивідуальними вимогами клієнтів і інші важливі фактори і для логістичних систем, можливо отримати досить ефективну систему ціноутворення на послуги. Така система ціноутворення дозволить сформувати обґрунтований рівень цін, що буде сприяти підвищенню конкурентоспроможності логістичної послуги та її затребуваності на ринку, а значить, і підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

9. Мельник І.О., Власенко О.М., Черевчук Е.В. Ціноутворення в логістичній системі. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6690> DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.87
10. Новопісна Є.В. Фактори формування логістичних витрат підприємства. *Управління проектами та розвиток виробництва*. 2009. № 4(32). С. 123–129. URL: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/32/09nevlvp.pdf>

## References:

1. Oklander M. (2012). *Marketynhovi tekhnolohii ekonomichnoho zrostantia: monohrafiia* [Marketing technologies of economic growth]. Odessa: Astroprint. (in Ukrainian)
2. Panasenko T. (2015). Tsinova stratehiia i stratehiia tsinoutvorennia orhanizatsii: terminolohichna ta zmistovna identyfikatsiia [Pricing strategy and pricing strategy of the organization: terminological and substantive identification]. *Traiektoriia nauky*, vol. 1(4), pp. 224–235.
3. Stadnyk V., Pchelianska G., Holovchuk Yu., Dybchuk L. (2020). The concept of marketing of balanced development and features of its implementation in the food market. *Agricultural and Resource Economics*, vol. 6, no. 3, pp. 80–95. URL: <http://are-journal.com>
4. Chychulina K.V., Kladchenko Ya.O. (2018). Suchasni tsinovi stratehii na osnovi psykholohii [Modern pricing strategies based on psychology]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 23, pp. 352–355. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/69.pdf>
5. Hromova O., Iliuk M. (2020). Meta suchasnoi lohistychnoi kontseptsii u transportnii kampanii [The purpose of the modern logistics concept in the transport campaign]. *Naukovyi zhurnal «Molodyi vchenyi»*, vol. 7(83), pp. 108–110. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2020/7/24.pdf>
6. Dybchuk L., Pchelianska G. (2019). Marketynhovoho-lohistychna model dystrybutsii na prodovolchomu rynku [The Marketing-Logistic Model of Distribution in the Food Market]. *Problemy ekonomiky*, vol. 3, pp. 54–60. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2019-3-54-60>
7. Krykavskiy Ye. (2014). *Ekonomika lohistyky* [Economics of logistics]. Lviv: Lviv Polytechnic Publishing House. (in Ukrainian)
8. Li Tao, Chen Yan, Li Taoying (2018). Pricing Strategies of Logistics Distribution Services for Perishable Commodities. *Algorithms*, vol. 11, 186. doi: 10.3390/a11110186 [www.mdpi.com/journal/algorithms](http://www.mdpi.com/journal/algorithms)
9. Melnik I.O., Vlasenko O.M. and Cherevchuk E.V. (2018). Tsinoutvorennia v lohistychnii systemi [Pricing in logistic system]. *Efektivna ekonomika*, vol. 11 DOI: 10.32702/2307-2105-2018.11.87
10. Novopisna Ye.V. (2009). Faktory formuvannia lohistychnykh vytrat pidpriemstva [Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva]. *Upravlinnia proektamy ta rozvytok vyrobnytstva*, vol. 4(32), pp. 123–129. URL: <http://www.pmdp.org.ua/images/Journal/32/09nevlvp.pdf>