

УДК 658.7

*О. А. Иванова***ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН
НА ЛОГИСТИЧЕСКИЕ УСЛУГИ****Резюме**

Розглянуто особливості формування цін на логістичні послуги. Виділено групи цілей, які реалізуються в межах політики ціноутворення в логістичних системах, а також об'єкт ціноутворення. Приділено увагу складу витрат на логістичні послуги як бази щодо формування ціни в системі логістики.

Наведена сукупність факторів, які необхідно враховувати в процесі розробки стратегії ціноутворення в логістичних системах – як зовнішніх, так і внутрішніх відносно об'єкта ціноутворення. Узагальнено підходи до встановлення тарифів на послуги залежно від того, до якої групи належать ці послуги.

Доведено необхідність урахування фактора часу при прийнятті логістичних рішень щодо встановлення цін на послугу в даній системі. Вказаний зв'язок обґрунтованої політики ціноутворення в логістичних системах і конкурентоспроможності логістичної послуги.

Summary

Features of pricing in logistics services are considered. Objectives, achieved in the network of pricing strategies, are grouped; the object of pricing is marked out. Logistic costs as a base of pricing in logistics are considered.

Combination of factors, necessary to be taken into account in the process of developing pricing strategy in logistic systems, is presented. Both internal and external factors for the object of pricing are studied. Different approaches to setting tariffs on services, depending on a group the service refers to, are summarized.

The necessity to take into consideration a time factor in the process of taking logistic decision and setting prices in the system is proved. Connection of a reasonable pricing policy in logistic systems and competitiveness of a logistics service is specified.

Ключевые слова: цена, ценообразование, логистика, логистическая система, услуга, эффективность, конкурентоспособность.

Проблема формирования цен на логистические услуги является весьма актуальной для отечественной экономики. На современном этапе экономического развития в условиях рыночного механизма хозяйствования необходимо обоснованное ценообразование и учет его особенностей в логистических системах. Современный подход к ценообразованию в логистических системах предполагает проведение систематических исследований на всех его этапах, а также поиск новых подходов, отвечающих требованиям рынка. Одним из таких направлений является учет особенностей логистического подхода в политике ценообразования.

Несмотря на существенное количество публикаций по проблеме принятия обоснованных логистических решений в системе хозяйствования, отсутствует однозначное понимание особенностей ценообразования в системе логистики на разные ее объекты, отражение особенностей формирования цен на логистические услуги. Все это обуславливает актуальность направления исследования, целью которого является рассмотрение механизма ценообразования в логистических системах и выявление особенностей установления цен на логистические услуги.

Логистические решения по отношению к фактору «цена» обычно оказывают прямое влияние на достижение фирмой корпоративных, а также финансовых стратегических целей, исходя из условий, диктуемых конкурентной средой.

Основная цель логистического ценообразования – определить такой уровень цен на продукцию, который бы являлся оптимальным балансом между покупателем и издержками логистической системы при изготовлении данного товара. Поэтому цены базируются на формировании спроса, конкуренции, качества товара и т. п., а также на своих производственных, коммерческих, административных затратах, соответствующих определенной цене и изменяющихся в зависимости от конъюнктуры рынка.

Рассматривая вопросы ценообразования в логистических системах (ЛС), следует иметь в виду две категории организаций. Первая включает предприятия производителей продукции, для которых

логистика рассматривается как обеспечивающая подсистема; вторая состоит из организаций, оказывающих логистические услуги [1]. В основе ценовой политики тех и других фирм могут лежать цели, ориентированные на рынок либо на развитие собственного предприятия. Нередко возникают комбинации целей, которые касаются как рынка, так и отдельной фирмы (например, оказывающей логистические услуги), достижения максимальной прибыли или максимального объема продаж. Среди целей, ориентированных на рынок, может быть увеличение контролируемой доли рынка. Цели могут быть также ориентированы на покупателей (например, достижение по возможности более глубокого внедрения на рынок при помощи низких цен) или на конкурентов (например, формирование конкурентоспособных цен или создание входных барьеров на рынок посредством политики низких цен). В свою очередь, цели, ориентированные на развитие предприятия, должны способствовать лучшей загрузке производственных мощностей, сокращению складских запасов, сглаживанию сезонных колебаний спроса, упрощению управления процессом реализации и т. д. [2].

Сложность логистических цепей в целом обуславливается не только составом разнородных подразделений предприятий, становящихся участниками этих цепей, и их многочисленными связями, но и самим объектом ценообразования в логистических системах. Таким объектом является логистическая услуга. В зависимости от того, к какой рыночной структуре относится организация – производитель услуги, меняется подход к ценообразованию и определению оптимальных объемов производства товаров и услуг при имеющихся ресурсах. Стратегии ценообразования тесно связаны с принципиальными решениями в отношении выбора стратегии конкурентной борьбы и позиционирования на рынке отдельного товара, группы товаров и фирмы в целом. Это уже заранее ограничивает сферу возможных решений в области ценовой политики.

В соответствии с требованиями рыночной экономики цена должна быть такой, чтобы покрывать издержки и обеспечивать прибыль участникам процессов обмена [3]. Общие логистические издержки,

учитываемые в цене товара, включают все необходимые расходы для обеспечения логистики (от закупки ресурсов до реализации готового продукта). При выборе ценовой политики в системе поставок важны факторы затрат, поэтому возрастает роль их учета и методов калькуляции.

Установить точный размер цен, особенно на новую продукцию и услуги, сложно, поскольку в состав цен включаются не только переменные прямые расходы, но и косвенные, как составная часть общих затрат на данный объект. Размер косвенных расходов в логистике определяется объемом конечного продукта логистической системы и объемом его продаж, который зависит от цены. При неверной оценке рыночного спроса предприятие, назначив слишком высокие цены, не сможет реализовать запланированный объем продаж, и наоборот, при слишком низких ценах покупательный потенциал рынка будет использован не в полной мере.

Услуги не поддаются накоплению в запасах – моменты создания и потребления услуги совпадают во времени, а нереализованная возможность оказания услуги теряется. Отсюда появляется возможность существенных колебаний спроса во времени без возможности регулирования величин предложения за счет запасов. Эта проблема может решаться путем регулирования тарифами интенсивности спроса на услуги во времени. Для этого применяются различного рода скидки с тарифов на услуги. При проведении ценовых расчетов следует учитывать существование двух условий реализации услуги: в пиковые периоды и в остальное время [6]. Поскольку первым правилом любых коммерческих, в том числе и ценовых, расчетов является ориентация на худшие из возможных условий деятельности, то в случае если необходимо определить условия безубыточности ценовых решений, в расчетах следует пользоваться меньшей из величин получения эффективных логистических решений [2]. Отсюда можно сделать вывод, что в случае, когда предприятие использует затратную модель ценообразования, в основу тарифа должна закладываться большая из величин прямых затрат.

Идея ценообразования на набор логистических услуг та же, что при ценообразовании на набор товаров, – комплекс благ должен стоить

покупателю меньше, чем при покупке каждой услуги из набора в отдельности [5].

Калькуляция затрат дает возможность установить нижнюю границу цены, а затем определить изменение затрат вследствие специфических требований потребителей и изменений объемов продаж. При определении этих издержек, как правило, возникает ряд препятствий со стороны бухгалтерских служб и финансового контроля. До недавнего времени имело место стремление к снижению издержек в каждой отдельной функциональной области логистики при отсутствии интереса к общим издержкам и не учитывалась относительная значимость затрат на разные виды логистических услуг. Заказчики обычно заинтересованы в интегральном характере услуг, предлагаемых им логистическими посредниками, например, в объединении транспортировки, грузопереработки, сопутствующего сервиса, обеспечения запасными частями и т. п.

Анализируя проблему установления уровня цен на логистическую услугу, можно сделать вывод, что чем менее значим вещественный компонент в предоставляемой услуге, тем труднее клиентам сопоставлять между собой услуги разных фирм. Соответственно фирмы, оказывающие наименее вещественные услуги, обладают большей свободой в установлении цен на них, чем фирмы, услуги которых связаны с созданием легко сопоставляемых материальных продуктов.

При установлении цен на логистическую услугу необходимо учитывать влияние на величину тарифа таких факторов внешней среды, как государственное и местное налогообложение, а также прочие сборы. Поэтому на следующем этапе расчета тарифной ставки учитывается специфика формирования цен в стране-транзитере и величина налогов [4].

В ходе реализации задач политики ценообразования в логистических системах при установлении цен и тарифов на услуги учитывают возможность покупателей оплатить их, либо исходят из того, сколько средств покупатель сможет сэкономить, пользуясь подобной услугой. В то же время необходимо учитывать и затраты фирмы, которая их предлагает.

На формирование цен услуг существенное влияние оказывают

меры их внерыночного регулирования. С этих позиций все услуги можно разделить на три категории [3]:

- услуги, тарифы на которые регулирует государство (например, услуги, связанные с деятельностью в области связи и транспорта);
- услуги, тарифы на которые формально регулируют сами участники рынка (например, тарифы на авиаперевозки);
- услуги, тарифы на которые формируются рыночными механизмами (услуги банков и др.).

Соответственно подходы к установлению тарифов на услуги прямо зависят от того, к какой из трех перечисленных выше групп эти услуги относятся.

Обобщая все вышесказанное, можно отметить, что в цене услуги, как правило, учитываются: время выполнения услуги; общее время подрядчика на выполнение услуги; время ожидания заказа; ставки тарифов на услуги при начислении заработной платы; косвенные и прочие затраты.

В связи с индивидуализацией услуги, окончательный характер которой часто определяется только в результате персонального взаимодействия работников сервисной организации с клиентом, особенно важно применять процедуры стандартизации затрат. Это требует разработки нормативов затрат на осуществление некоторых типов операций и ориентации именно на них при обосновании тарифов на услуги с базовыми характеристиками. Установив обоснованный тариф на логистическую услугу, а также дополнив такие базовые тарифы гибкой системой скидок и надбавок за особые условия выполнения заказа в соответствии с индивидуальными требованиями клиентов и прочие важные факторы для логистических систем, возможно получить достаточно эффективную систему ценообразования на услуги.

Такая система ценообразования позволит сформировать обоснованный уровень цен, что будет способствовать повышению конкурентоспособности логистической услуги и ее востребованности на рынке, а значит, и повышению конкурентоспособности предприятия в целом.

Список литературы

1. Ковалев В. В. Методы оценки инвестиционных проектов / В. В. Ковалев. – М. : Финансы и статистика, 2009. – 144 с.
2. Мелкумов Я. С. Экономическая оценка эффективности инвестиций / Я. С. Мелкумов. – М. : ИКЦ «ДИС», 2007. – 160 с.
3. Моисеева Н. К. Экономические основы логистики : учебник / Н. К. Моисеева. – М. : ИНФРА-М, 2008. – 528 с.
4. Окландер М. А. Промышленная логистика : учеб. пособие / М. А. Окландер, О. П. Хромов. – К. : ЦУЛ, 2004. – 222 с.
5. Пономарева Ю. В. Логистика : учеб. пособие / Ю. В. Пономарева. – К. : ЦУЛ, 2003. – 192 с.
6. Стерлигова А. Н. Управление запасами широкой номенклатуры: с чего начать? / А. Н. Стерлигова // Логинфо. – 2003. – № 12. – С. 29–31.