

KEY WORDS: PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP (PPP), EFFICACY.

РЕФЕРАТ

Соколова Н.М., Герасименко А.В., Маковская Ю.А. Анализ мирового опыта государственно-частного партнерства и пути развития в Украине. / Наталья Михайловна Соколова, Алла Владимировна Герасименко, Юлия Антоновна Маковская. // Вестник НТУ. – К.: НТУ. – 2012. – Вып. 26.

В статье раскрыты мировой опыт ГЧП и пути его развития в Украине.

Государственно-частное партнерство (ГЧП) определено среди ключевых механизмов реализации политики модернизации экономики Украины, решения важных социально-экономических проблем. Высокая эффективность ГЧП как формы взаимодействия государства и бизнеса доказана опытом многих стран мира; раскрыта сущность и основные черты государственно-частного партнерства. На основе исследования данных Всемирного банка выявлены основные типы взаимодействия государства и частного бизнеса на транспорте сформулированы основные предпосылки успешной реализации проектов государственно-частного партнерства.

Результаты статьи могут быть внедрены в развитии государственно-частного партнерства.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – создание предпосылок для успешной реализации проектов государственно-частного партнерства.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО (ГЧП), ЭФФЕКТИВНОСТЬ.

УДК 338

ОСОБЛИВОСТІ РИНКУ ЛОГІСТИКИ В УКРАЇНІ У КОНТЕКСТІ ОПЕРАЦІЙ З ПРОДУКТАМИ ХАРЧУВАННЯ ПОВСЯКДЕННОГО ПОПИТУ

Сопощько О.Ю.

Вступ. У сучасних умовах формування ринкових відносин та науково-технічної революції виникла потреба у формуванні та активної організації розвитку ринку логістики в Україні.

Постановка проблеми. На внутрішньому ринку сектор логістики продуктів харчування повсякденного попиту (далі – ПХПП) майже виключно базується на автомобільних перевезеннях. Це зумовлено вищою експлуатаційною надійністю цього виду транспорту, а також тим, що високі транспортні витрати суттєво не позначаються на вартості перевезеної таким чином продукції. Залізничне сполучення теж інколи використовується при достатньому рівні його надійності, як, наприклад, при маршрутних нічних перевезеннях контейнерними потягами. Однак при незначних відстанях всередину території (менше 500 км) проникнення цього виду перевезень на ринок буде мінімальним. Використання внутрішніх морських та водних шляхів є несуттєвим також, хіба що за винятком перевезень до прибережних островів. Отже, автомобільний транспорт – це основний вид транспорту для перевезень ПХПП. Тому важливим є вивчення питання особливостей аутсорсингу в логістиці, еволюції моделей аутсорсингу, приведення класифікації логістичних операторів, вивчення структури українського ринку логістики, характеристика діяльності 3PL-провайдерів та їх роль в логістичній системі, визначення поняття логістичних провайдерів та їх типи та вплив сектору роздрібною торгівлі на ринок логістичних послуг.

Основна частина. До причин, які впливають на стратегії в галузі логістики України слід віднести [6]:

1. зростання витрат на всі види перевезень надзвичайно швидкими темпами (зокрема, зростання цін на нафту та інші енергетичні ресурси);
2. зміна орієнтації на логістичному ринку: від ринку послуг до ринку споживача, внаслідок чого системи обслуговування і виробництва значно підвищили свою ефективність, для того, щоб просування послуг на ринку давало очікувані результати, стало необхідним організовувати діяльність щодо зниження цін на послуги та поставку їх належного якості в зазначені терміни;
3. комп'ютерні технології почали розвиватися стрімко і бурхливо і цей процес сприяє застосуванню новітніх технологій в транспортно-логістичній діяльності, а саме: тепер може проводитися обробка великих масивів інформації, обмін даними в реальному часі з мінімальними витратами і т.д.

Варто відзначити, що дослідження Світового банку показали, що за індексом логістичної ефективності Україна зайняла 102-е місце серед 155 країн. Критеріями, за якими здійснювалася оцінка, були: ефективність процедур митного оформлення, інфраструктура транспортної логістики, доступність, а також легкість організації міжнародних поставок. Згідно з результатами дослідження, сьогоденна структура українського ринку логістики має наступну структуру: транспорт – 89%, зберігання – 8%, експедирування – 2%, управління ланцюгами поставок – 1%.

Особливості аутсорсингу в логістиці. Під аутсорсингом розуміють передачу непрофільної функції підприємства іншому спеціалізованому підприємству, до певної міри це – субпідряд. Під «логістичним аутсорсингом» мається на увазі делегування допоміжних процесів власника вантажу (вантажовласником) третій стороні. Подібні підприємства-посередники іменують логістичними операторами (PL-провайдерами), а загальна взаємодія називається контрактною логістикою.

Контрактна логістика включає наступні послуги: складування й обробку вантажів, організацію їх доставки транспортом, а також управління рухом товарів вздовж всього ланцюга поставок.

Втім, це зовсім не означає, що перераховані функції виконують всі логістичні оператори. «Класність» оператора є похідна від якості і кількості функцій, які він може надавати. Існуюча класифікація логістичних операторів наступна (рис. 1.) [5]:

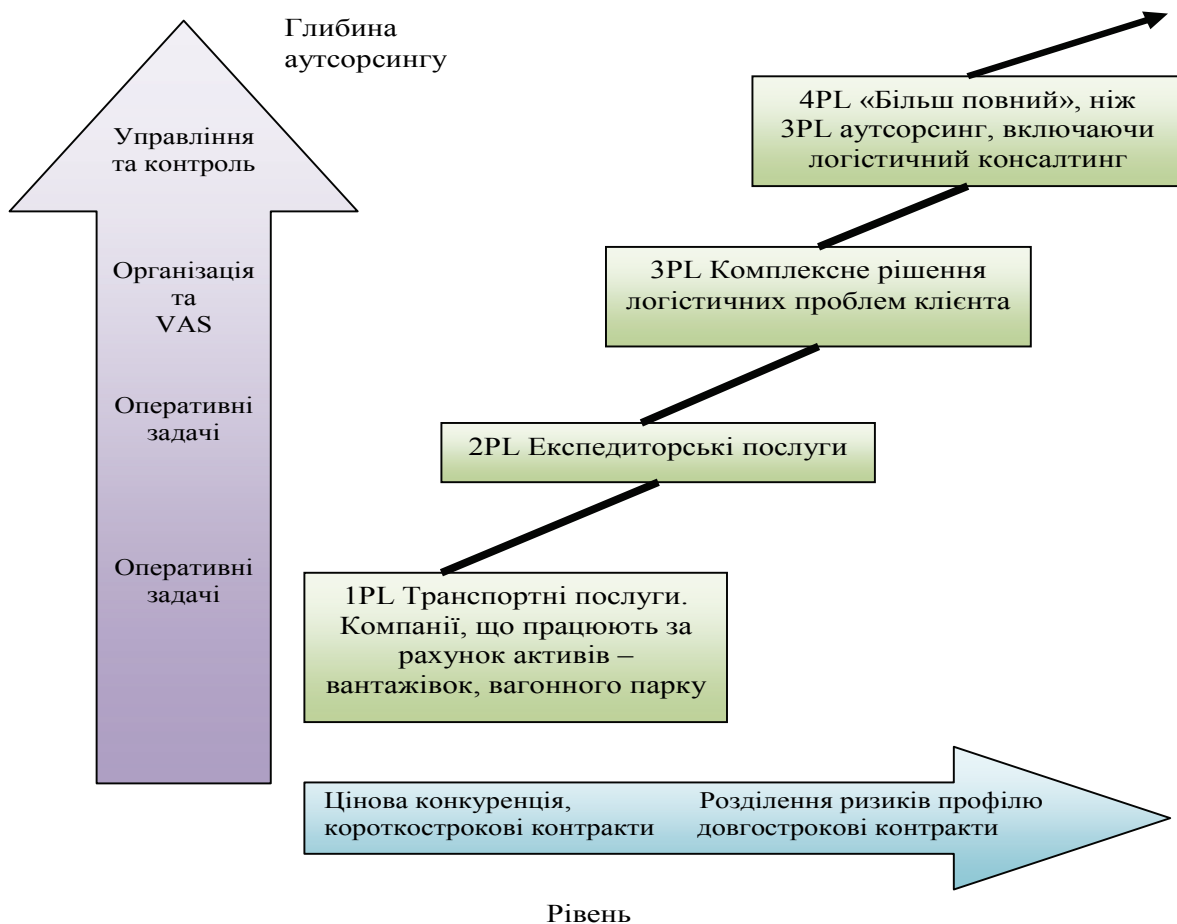


Рисунок 1. – Класифікація логістичних операторів

Сама концепція логістичного аутсорсингу полягає у відсутності необхідності використання власних ресурсів для організації логістичних операцій, які фірма може довірити зовнішньому партнерові.

Зниження операційних витрат, у тому числі логістичних, є одним з основних напрямів стратегії будь-якого окремо взятого підприємства.

Окремі підприємства поступово стають частинами глобальної виробничої мережі. Процеси поставання і реалізації також стали значно складнішими, і рівень логістичних знань для всіх партнерів по ланцюгу створення вартості перетворився на ключовий чинник успіху.

Пакети логістичних послуг постійно переглядаються відповідно до зростаючих вимог клієнтів. Системні логістичні підприємства беруть на себе виконання усіх логістичних завдань клієнтів і пропонують разом з реалізацією руху товарного потоку і послугами додавання вартості (наприклад, упаковка або сортування продукту під індивідуальні вимоги клієнта) інформаційні і фінансові послуги.

Позбавлення від неефективних або непрофільних бізнес-процесів (таких, як дистрибуція, наймання персоналу, ремонт устаткування і тому подібне) дозволяє вивільнити капітал для розвитку основних видів діяльності, скоротити терміни розробки продукції і підвищити швидкість адаптації до змін як в зовнішньому середовищі, так і на ринку. На сьогоднішній день компанії передають свої повноваження логістичним провайдерам.

Структура українського логістичного ринку – це своєрідна піраміда.

First Party Logistics (1PL) – найчисельніша група, де усі операції виконує сама фірма-вантажовласник; це внутрішня логістика, і всі послуги по транспортуванню, складському зберіганню, митним операціям і супутнім сервісам зосереджені всередині компанії-замовника. Показовими є приклади таких компаній, як «Орлан-Транс» у вантажоперевезеннях, «Укрвино» і «ROSHEN» в області складських сервісів, які створили власні підрозділи, не знайшовши відповідної щодо їх запитів пропозиції на ринку. Але таких компаній небагато, приблизно 8-9% виробників віддають перевагу 1 PL.

Second Party Logistics (2PL) – система, що дозволяє виконувати спектр традиційних послуг по транспортуванню і складуванню товару, це зовнішня логістика. В цьому випадку одна чи декілька компаній-провайдерів виконують для замовника базові логістичні послуги – транспортування і складське зберігання. В цьому секторі знаходиться весь український ринок логістичних послуг. Якщо транспортна логістика, яка зосереджена власне на перевезенні, в загалом задовольняє потреби промисловості і торгових компаній, то на складські послуги попит значно перевищує пропозицію.

Third Party Logistics (3PL) – система додаткових послуг, що включає як традиційне складування, так і проміжне зберігання (так званий cross-docking) вантажу, а також проектування і розробку інформаційних систем, використання послуг субпідрядників. Логістичні послуги даного рівня зосереджені на комплексному управлінні процесами транспортування і зберігання вантажів. Це означає, що компанія-провайдер не тільки транспортує вантаж, але й виконує всі послуги експедиції (в тому числі митного оформлення). Вона не тільки здійснює складське зберігання, але і, наприклад, бере на себе зобов'язання маркування вантажів. Зазвичай 3PL-провайдер також управляє субпідрядниками, наймаючи їх для виконання послуг другого рівня.

До 3PL можна віднести: УВК, Raben, Schenker, Kuehne&Nagel, Fiege, FM Logistics, Lux Logistics, Asstra, Комора – С, Fordon, Максан, TNT, DHL, Euro – express, Автолюкс, Ночной экспресс, Мост – експресс.

Втім, компанії, що надають подібні послуги, також зосереджені не на всьому їх спектрі. Перше, такі компанії як «САВ-Сервіс» (її дочірня компанія «Комора-С») в більшості зосереджені на внутрішньому вантажообороті (хоча їхніми клієнтами є багато крупних компаній – «Проктер енд Гембл Україна» (зберігання, митне оформлення, перепакування, доставка), «Крафт Фудз Україна» (зберігання, митне оформлення, перепакування, доставка), «ГлаксоСмітКлайн Хелскер Юкрейн» (зберігання, переупакування, перевезення). По-друге, ряд професійних логістичних компаній, таких як Kuehne&Nagel або експедиційна компанія «ТБН Логістик Україна», поки зосереджені на розробці якого-небудь одного сектора. Лише декілька фірм надають сервіс рівня 3PL в повному обсязі.

На сьогодні, більшість спільних підприємств співзаснована за участі Нідерландів, країни-лідера в сфері надання транспортних та логістичних послуг в Європі, Німеччини, Швейцарії та Австрії. Очікується, що крупні логістичні компанії Великобританії та Франції особливо будуть зацікавлені у виході на український ринок за сприятливих умов. Крім цього, може з'явитися більше спільних підприємств з російськими партнерами, оскільки вони добре знають специфіку та складності роботи на українському ринку, бо він подібний до їх власного, а також через все більше зростання присутності російських компаній в Україні, деякі з яких, напевне, будуть потребувати логістичних послуг. Найбільшими надавачами 3PL послуг в Європі вважаються [2].:

Deutsche Post World Net, включаючи DHL, Exel Logistics, Danzas та інші, Schenkers, Geordis, Kuehne & Nagel, DSV, TNT Logistics, Wincanton, Panalpina та Dasher.

Також, іноземні компанії спираючись на свій досвід, отриманий в інших країнах, можуть більш чітко визначити тип організації, наприклад, мережі роздрібної торгівлі чи окремого виробника, які можуть отримати переваги від використання пакету послуг, що буде надаватися ними. Навчаючи клієнта важливості та користі застосування сучасної логістики, можна уникнути головного бар'єру на шляху її розвитку, а саме ці міжнародні компанії і мають практичний досвід такої роботи та навички кращого «маркетингу» та входження до цієї сфери.

Fourth Party Logistics (4PL) – підприємства, які не тільки організовують і управляють ланцюгом постачання товару замовнику, але й надають консультаційні послуги з оптимізації його виробничої та / або збутової функції. Що стосується України, то сьогодні багато українських 3PL-операторів вже готові надавати 4-у компоненту логістики. Наприклад, в рамках Групи компаній УВК 4-а компо-

нента реалізується в компанії Bestseller, що надає послуги дистрибуції та мерчендайзингу. Говорячи про різницю 3PL від 4PL, варто згадати і про інфраструктурні відмінності, а саме появу в рамках 4PL-оператора підрозділу з управління запасами, до функцій якого належить планування закупівель партій товару на підставі даних від замовника (клієнта). У ряді випадків підрозділ повинен відстежувати рівень споживання товару через торговельні точки клієнта. Також обов'язкова наявність відділу закупівель – завданням якого є повний спектр взаємовідносин з постачальниками продукції клієнта, включаючи договірні відносини. До завдань відділу можна віднести вирішення питань, пов'язаних з сертифікацією продукції та митного оформлення останньої. Також у 4PL-оператора повинні бути групи бренд-менеджерів, в завдання яких входить контроль і, в разі необхідності, корекція прогнозів поведінки тієї чи іншої товарної позиції. Таким чином, 4PL-провайдер являє собою комплекс, що поєднує стратегічне та оперативне управління, тобто функції консалтингової компанії та класичного 3PL-оператора.

Але, як свідчать експерти, ринок ще не готовий до споживання такого роду послуг, проте тенденція – у наявності.

У світовій логістиці існує і 5PL рівень (Fifth Party Logistics), або електронна логістика. До цієї класифікаційної групи відносять електронні біржі, що поєднують вантажовласників із логістичними компаніями. Такі біржі є і в Україні. Фактором, що сповільнює їх розвиток – є складності з рухомим складом в Україні. Якщо вантажовласнику необхідно для транспортування його продукції спеціалізований рухомий склад, наприклад, рефрижератор, то знайти підприємство-перевізника, яке зможе миттєво задовольнити дане замовлення практично неможливо, через складне становище на ринку даного рухомого складу.

Необхідно зауважити, що на теренах нашої держави вантажовласники вважають за найкраще віддавати на аутсорсинг обмежений спектр послуг, найчастіше – лише перевезення та складування. Розвитку контрактної логістики в Україні заважає низький попит на даний вид послуг з боку торговельних і промислових компаній. Відсутність попиту експерти пояснюють нерозумінням керівництва компаній всіх переваг передачі логістичних функцій спеціалізованим підприємствам (логістичним операторам), а також – небажанням вантажовласників користуватися послугами сторонніх організацій.

Свідома відмова від послуг логістичного посередника є наслідком кількох причин:

1. Відсутність на ринку логістичних операторів з охопленням всієї території країни;
2. Небажання змінювати власний технологічний ланцюг;
3. Певна закритість компаній щодо надання комерційної інформації логістичному посереднику;
4. Робота за принципом: «Все своє транспортую / складую – самостійно».

Виділяючи мотиви, якими керуються підприємства, що приймають рішення про аутсорсинг, можна стверджувати, що на першому місці знаходиться бажання зменшення витрат логістики. Одночасно слід підкреслити важливість в аутсорсингу таких критеріїв, як уникнення інвестицій, збільшення гнучкості і використання синергетичних ефектів в ланцюгу поставок.

На Рис. 2. зображена еволюція моделей логістичного аутсорсингу.

При здійсненні передачі деякої непрофільної функції або процесу другій стороні, компанія може зіткнутися з певними складнощами. Одним з найбільш вагомих аргументів проти звернення до аутсорсингової компанії є втрата контролю над власними ресурсами, відрив керівництва від частини діяльності компанії. Необхідно відзначити ризик збільшення витрат при недостатній гнучкості умов контракту і відсутність прозорого ціноутворення у підрядчика, реальний ризик просочування інформації компанії, що замовила аутсорсинг і порушення прав інтелектуальної власності, зниження гнучкості компанії-замовника. Складністю також є вихід із аутсорсингового процесу. У компанії повинні продовжувати роботу декілька профільних фахівців, виконуючи стратегічну і контрольну функції.

До переваг аутсорсингу можна віднести:

1. Зменшення витрат;
2. Отримання можливості швидкого підключення/згорання бізнесу – гнучке залучення ресурсів під необхідні проекти;
3. Вивільнення часу керівників для функцій стратегічного управління;
4. Зниження чисельності за штатним розписом;
5. Концентрація відповідальності менеджера проекту на досягнення цілей проекту;
6. Підвищення якості обслуговування;
7. Вдосконалення управління процесами.

Характеристика діяльності 3PL-провайдерів та їх роль в логістичній системі

Логістичні провайдери, або провайдери (оператори) логістичних послуг, або 3PL-провайдери – комерційні організації, що надають послуги у сфері логістики, виконують окремі операції або ком-

плексні логістичні функції (складування, транспортування, управління замовленнями, фізичний розподіл і ін.), а також здійснюють інтегроване управління логістичними ланцюгами підприємства-клієнта.

Пропозиція послуг	Моделі логістичного аутсорсингу	Основні атрибути
Розширена логістика	Інтегратори логістичного ланцюга (SCI), провідні логістичні управлінці (LIM)	Стратегічне відношення Глибокий аналіз логістичних ланцюгів Послуги на основі знання та інформації Розподіл ризиків і доходів Розширення технічних можливостей Гнучкість, співробітництво
Провідна логістика	Провідні логістичні провайдери (LLP,4PL)	Управління проектами Одна точка контакту з клієнтом Інтеграція 3PL-провайдерами
Послуги добавленої вартості	3PL-провайдери	Розширення можливості Більш широкий спектр послуг
Основні послуги	Провайдери логістичних послуг (LSP)	Зниження витрат в окремих областях Окремі види послуг

Інсорсинг

Рисунок 2. – Еволюція моделей логістичного аутсорсингу

У компанії-замовника є можливість віддати під контроль зовнішнього партнера відразу усі логістичні операції, а також консультації, виконання необхідних експертиз, впровадження інформаційних систем. Як правило, у таких компаній-підрядників накопичений багатий досвід в логістичному управлінні, у них працює кваліфікований персонал і є розвинена інфраструктура (склад або транспортно-розподільна мережа, парк різноманітних транспортних засобів, а також мережа міжнародних транспортних агентів і тому подібне).

Логістичний провайдер є логістичним посередником, проте не кожен логістичний посередник є логістичним провайдером. Під терміном "логістичний провайдер" розуміється узагальнене визначення організацій, які роблять комплексні послуги в області логістичного аутсорсингу, на відміну від логістичних посередників, які спеціалізуються на одній послугі.

У більшості зарубіжних літературних джерел нині вживається термін Third Party Logistics provider (скорочено – 3PL's). Цей термін виник в результаті визначення характеру взаємодії і ролі зовнішньої сервісної логістичної організації у взаємовідносинах між постачальником продукції і її споживачем.

Слід розрізняти поняття 3PL-провайдера і 3PL-підходу, оскільки перше означає організацію, а друге – послуги, що робляться такою організацією (логістичний аутсорсинг).

Так, спочатку організації, що надають послуги в області окремих функцій логістики (в основному транспортування, складування), називалися просто "провайдерами логістичних послуг" (Logistic Service Providers – LSP's), а послуги, що надаються ними, – Third Party Logistics Services – 3PL або "контрактною логістикою" (Contract Logistics).

У вітчизняних джерелах термін "провайдер" іноді замінюють на термін "оператор".

Згодом провайдери стали надавати ширший спектр послуг, у тому числі послуги доданої вартості, і замість LSP в лексиконі затвердилося поняття "3PL/PL Provider" (Third Party Logistics provider), а їх послуги стали називатися також 3PL (Third Party Logistics) або логістичним аутсорсингом (Logistics Outsourcing).

Отже, підводячи підсумок, можна спробувати вивести визначення логістичного провайдера. Логістичні провайдери, вони ж провайдери логістичних послуг (Logistic Service Providers – LSPs, 3PLs, TPLs) – комерційні організації, що здійснюють надання послуг у сфері логістики, виконують окремі операції або комплексні логістичні функції (складування, транспортування, управління замовленнями, фізичний розподіл і ін.), а також здійснюють інтегроване управління логістичними ланцюгами підприємства-клієнта.

Зараз розвивається нове покоління логістичних провайдерів – 4PL-провайдери, які є поєднанням стратегічного управління логістичними ланцюгами і оперативного управління питаннями реалізації і виконання стратегічних рішень, тобто поєднують в собі функції консалтингової компанії і 3PL-провайдера.

Як зазначалося раніше, логістичний провайдер для здійснення своєї діяльності може не мати реальних активів, але не мати доступу до сучасних інформаційних систем – не може. Це зумовлено тим, що сучасні інформаційні технології полегшують контроль за системою, слугують основою для прийняття управлінських рішень, оптимізують окремі ділянки системи.

Існують різні технології, що застосовуються 3PL-провайдерами на практиці, і з кожним роком вони стають дедалі модифікованіші.

Одною з таких технологій є супутниковий моніторинг автотранспорту.

Супутниковий моніторинг автотранспорту – це комплексна система контролю за транспортом, що використовує ресурси мереж стільникового зв'язку (GSM) і супутникової GPS системи стеження і допомагає стежити за фактичним місцем розташування автотранспорту, контролювати використання палива і паливно-мастильних матеріалів, дозволяє знизити операційні витрати, а також виконує ряд інших функцій.

Іншою інформаційною системою є система управління складом або WMS. WMS (англ. Warehouse Management System – система управління складом) – це комплекс програмних продуктів, який дозволяє управляти усіма складськими процесами. Іноді під WMS системою розуміють систему, яка призначена для управління усім ланцюжком постачань, починаючи від прогнозування постачань, формування потреб і закінчуючи управління виробництвом, складом, транспортом.

Призначення WMS – це операційне управління вантажними потоками складу. Адресні процеси розміщення товару, комплектації замовлень і поповнення зон відбору – ось головна ідея системи автоматизації складу.

Можна виділити п'ять основних типів логістичних провайдерів, створених на :

1. основі компаній-перевізників;
2. основі складських операторів;
3. основі брокерських/експедиторських компаній;
4. основі компаній, що займаються оптимізацією транспортних послуг, формуванням відправок;
5. основі консалтингових компаній, розробляючих і/або впроваджувальних програмне забезпечення.

Ці компанії, у свою чергу, можна розділити на дві основні категорії: компанії з реальними фізичними активами і компанії, що використовують у своїй діяльності аутсорсинг.

Компанії, що володіють реальними активами, мають у власності або придбавають по лізингу транспортні засоби, складські приміщення та ін.

Компанії, що користуються послугами аутсорсингу, укладають угоди з іншими компаніями, що надають усе або частину послуг у сфері фізичного розподілу.

Компанії, що роблять інформаційні послуги, є різновидом "компаній без фізичних активів", які діють як посередники при оптимізації логістичних систем підприємств і взаємодіють з іншими, що "володіють активами" компаніями, компаніями на контрактній основі.

Вплив сектору роздрібної торгівлі на ринок логістичних послуг.

Разом зі зростанням роздрібних мереж поступово будуть змінюватися і системи дистрибуції. В даний час постачальники просто привозять чи направляють товари через своїх дистрибуторів прямо до магазинів. В інших країнах ця модель змінилася наступним чином: на якомусь щаблі свого розвитку мережі роздрібної торгівлі змінили методологію своїх ланцюгів постачання, створивши свої власні центри логістики, куди й мали доставлятися товари. Потім роздрібний торгівець сам відповідав за їхню дистрибуцію до кінцевих точок продажу. Це давало йому змогу краще контролювати свої складські запаси та більш ефективно використовувати торговельні площі. Отож, він і став потенційно новим клієнтом для 3PL-операторів, бо саме вони, а не роздрібний торгівець, несуть відповідальність за практичне використання таких центрів логістики та надання ними відповідних послуг.

Таблиця 1. – Типи логістичних провайдерів [1, с. 159].

Типи логістичних провайдерів	Основні послуги	Приклади компаній
Провайдери по транспортуванню (на основі компаній-перевізників), які володіють реальними активами	Логістика „надання конкретних активів” (dedicated logistics). Транспортування, централізовані перевізники, обслуговування, маршрутизація	Danzas, TNT, PS, DHL, FedEx
Провайдери оптимізації транспортних послуг, які не мають реальних активів	Інтегрована логістика. Сервісно-орієнтована логістика, сфокусована на реінжинірингу	Ryder, UPS worldwide, Menlo, Fedex
Провайдери, що надають послуги складування та формують додану вартість	Інтегрована логістика „розміщення”. Технології, складування, і транспортування	Fiege Group, Menlo, FM logistics
Міжнародні експедитори, які здійснюють аутсорсинг логістичних функцій (що не мають реальних активів)	Інтегрована логістика з можливістю міжнародного експедирування	AEI, Circle, MSAS
Провайдери програмного забезпечення	Пакети логістичних програм	Manugistics, Intertrans, McHugh, Logility, Extricity

Більшість із компаній виробників ПХПП створюють свої потужності з центрального складування (розподільчі центри), з яких вони самі або через 3PL-провайдерів здійснюють операції з фізичної дистрибуції, а в деяких випадках й із сучасної, більш комплексної логістики. Їхнє проникнення на ринок роздрібною торгівлі за межами Києва є доволі невисоким.

Міжнародні компанії імпортують продукцію великими партіями та тримають її на складах в очікуванні продажу, тобто зберігають ПХПП поряд з точками продажу. Такий підхід є більшим ефективним для ринків збуту з великим об'ємом обігу складських запасів, таким, як у секторі розвинутої роздрібною торгівлі. Деякі міжнародні компанії, в галузі харчової та переробної промисловості, тримають складські запаси готової продукції, але її рівні залишаються відносно невеликими. Частково це спричинено нестачею митно-ліцензійних складів, де можна зберігати продукцію без сплати податку на імпорт та ПДВ до моменту, коли вона покине зону митного контролю. В ЄС багато міжнародних компаній мають власні складські потужності, затвержені митницею у формі «бондових» зон, без фізичної присутності офіцерів митниці, які провадять контроль над складами електронними засобами або шляхом здійснення вибіркового перевірок. Створення такої системи є поки що неможливим в Україні.

Як приклад впливу роздрібною торгівлі на ринок логістичних послуг, можна навести роздрібних торговців в США, що стали такими сильними, що могли диктувати виробникам свої умови щодо доставки продукції. А виробникам лише залишалося задовольняти їхні замовлення і доставляти продукцію прямо до центральних та регіональних центрів логістики. В деяких випадках підприємства роздрібною торгівлі висували наступну вимогу: хоча готова продукція і зберігалася на складах торговців, відповідальність за неї все ще покладалася на постачальників. Оплата постачальнику відбувалася тільки тоді, коли фактично товар залишав склади торговця і поступав у мережу роздрібною торгівлі. Кінцевим результатом цих змін стало значне скорочення витрат на утримання складських запасів підприємствами роздрібною торгівлі. Компанія Walmart, США, одне з найбільших підприємств роздрібною торгівлі у США, зменшила свої витрати в середньому на 2-3%, застосувавши інструменти сучасної логістики [3, с. 20].

Крупні роздрібні мережі торгівлі стали тією рушійною силою, що спричинила еволюцію логістики в розвинутих країнах. В Україні концепція торгівлі через мережі супер- та гіпермаркетів розвивається доволі повільно, але процес розвитку починає «набирати швидкості». В поєднанні з цим тенденція загального зростання великих роздрібних мереж торгівлі поступово приведе до зміни і в структурі дистрибуції. Тиск з боку найбільших гравців роздрібною торгівлі напряму відобразиться на всьому роздрібно-оптовому ринку. Також Україна рухається в напрямку збільшення виробництва якісної продукції з вищою вартістю, наприклад, таких товарів як Fast Moving Consumer Goods, сюди ж відносимо продукти харчування повсякденного попиту, що, в свою чергу, сприятиме отриманню вигоди українськими виробниками від застосування логістики вищого рівня та використання послуг 3PL.

Висновки. В результаті проведеного дослідження визначено причин, які впливають на стратегії в галузі логістики України. Визначено особливості аутсорсингу, його переваги і недоліки та наведено класифікацію логістичних операторів. Охарактеризовано діяльність 3PL-провайдерів та їх роль в логістичній системі. Досліджено вплив сектору роздрібної торгівлі на ринок логістичних послуг України.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Доналд Дж. Бауэрсокс Логистика. Интегрированная цепь поставок / Доналд Дж. Бауэрсокс, Дейвид Дж. Клосс. – Москва: «Олимп-бизнес», – 2008. 636 с.;
2. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 503с.;
3. Підтримка інтеграції України до Транс-Європейської Транспортної мережі ТЕМ-Т РК7. Міжгалузеві питання: Логістика. Заключний звіт 7.2 Грудень 2010 р. [Електронний ресурс]: Підтримка інтеграції України до Транс-європейської Транспортної мережі ТЕМ-Т. Програма Європейського Союзу для України. Режим доступу: http://www.ten-t.org.ua/data/upload/publication/main/ua/517/fr_7.2_logistics_ukr.pdf.
4. Підтримка інтеграції України до Транс-Європейської транспортної мережі ТЕМ-Т. РК4. Автомобільний транспорт. Заключний звіт 4.1 Грудень 2010 р. [Електронний ресурс]: Підтримка інтеграції України до Транс-європейської Транспортної мережі ТЕМ-Т. Програма Європейського Союзу для України. Режим доступу: http://www.ten-t.org.ua/data/upload/publication/main/ua/517/fr_4.1_road_transport_ukr.pdf.
5. Логистика для новичков: этапы знакомства. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://calculino.info/ru/usefull/articles/id574306>
6. Развитие рынка логистики в Украине. [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://calculino.info/ru/usefull/articles/id347718>

РЕФЕРАТ

Сопощко О.Ю. Особенности рынка логистики в Украине у контексті операцій з продуктами харчування повсякденного попиту. / Ольга Юріївна Сопощко. // Вісник НТУ. — К.: НТУ. — 2012. — Вип. 26.

В даній статті досліджено ринок логістичних послуг України, визначено причин, які впливають на стратегії в галузі логістики України, а також причини, які негативно впливають на транспортно-логістичну діяльність України. Визначено особливості аутсорсингу, його переваги і недоліки та наведено класифікацію логістичних операторів.

Об'єкт дослідження – ринок логістичних послуг України.

Мета роботи – аналіз ринку логістичних послуг України.

Метод дослідження – аналіз ринку підприємств, що надають логістичні послуги в Україні.

На ринку логістики в Україні відбувається посилення конкуренції та прискорення процесу консолідації логістичного ринку. Підвищення вимог до якості послуг, надійності підрядників, безпеки посилюють тенденції до перерозподілу попиту на користь великих, середніх і вузькоспеціалізованих компаній, також стають причиною відходу з ринку неефективних гравців. Підвищення попиту на комплексні послуги призводить до об'єднання експедиторів та складських операторів. Свої позиції зміцнюють логістичні оператори, які здатні забезпечити системний підхід до клієнтів і організувати обслуговування на всій території країни. Ключовим фактором росту галузі логістики залишається збільшення обороту роздрібної торгівлі, і конкретно – мережевої торгівлі. Основою для формування стратегічних цілей транспортної логістики і її розвитку в Україні є певні існуючі історичні та економічні особливості нашої країни. Адже очевидно, що сучасний український ринок перевезень вантажів має певні помітні відмітні риси у порівнянні з європейськими та азіатськими аналогами.

Результати статті можуть застосовуватись при побудові моделей управління логістичними системами в ланцюгах постачання продуктів харчування повсякденного попиту.

Прогнозні припущення щодо розвитку об'єкта дослідження – пошук перспектив розвитку ринку перевезень вантажів відповідно до європейського та азіатського стандартів.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ЛОГІСТИКА, АУТСОРСИНГ, ЛОГІСТИЧНІ ОПЕРАТОРИ, ЛОГІСТИЧНІ ПРОВАЙДЕРИ.

ABSTRACT

Sopotsko O. Y. Logistic market features in Ukraine according to transactions with food of everyday demand // Visnik NTU. – K.: NTU. – 2012. – Vol. 26.

The paper describes the logistics market in Ukraine. The reasons that affect strategy in logistics of Ukraine and causes that affect unwell to the transport and logistics activities in Ukraine are identified.

The features of outsourcing, its advantages and disadvantages, classification of logistics operators are given.

Object of study – logistics market of Ukraine.

Purpose – analysis of logistics market of Ukraine.

Method of study – analys of companies that provide logistics services in Ukraine market.

In the logistics market in Ukraine increasing competition and accelerate the process of consolidating logistics market take place. Increasing requirements for quality, reliability, contractors, strengthen security trends demand redistribution in favor of large, medium and niche companies caused withdrawal from the market inefficient players. Increased demand for integrated services will lead to unification forwarders and warehouse operators. Positions of logistic operators that are able to provide a systematic approach to customers and organize service throughout the country strengths. A key factor in the growth of logistics is an increase in retail turnover and specifically – wholesale chains. There are some existing historical and economic characteristics of our country, which are basis for the formulation of strategic objectives logistics and its development in Ukraine. It is obvious that the modern Ukrainian cargo market has some distinctive features in comparison with European and Asian counterparts.

The results of the article can be used for structuring models of management logistics systems in supply chains of food everyday demand.

The search market prospects freight according to European and Asian is forecast assumptions about the object of study.

KEY WORDS: LOGISTICS, OUTSOURCING, LOGISTICS OPERATORS, LOGISTICS PROVIDERS.

РЕФЕРАТ

Сопозко О.Ю. Особенности рынка логистики в Украине в контексте операций с продуктами питания повседневного спроса. / Ольга Юрьевна Сопозко. // Вестник НТУ. – К.: НТУ. – 2012. – Вып. 26.

В данной статье исследован рынок логистических услуг Украины, определены причины влияющие на стратегии в области логистики Украины, а также причины, которые негативно влияют на транспортно-логистическую деятельность Украины. Определены особенности аутсорсинга, его преимущества и недостатки, приведена классификация логистических операторов.

Объект исследования – рынок логистических услуг Украины.

Цель работы – анализ рынка логистических услуг Украины.

Метод исследования – анализ рынка предприятий, оказывающих логистические услуги в Украине.

На рынке логистики в Украине происходит усиление конкуренции и ускорения процесса консолидации логистического рынка. Повышение требований к качеству услуг, надежности подрядчиков, безопасности усилят тенденции к перераспределению спроса в пользу крупных, средних и узкоспециализированных компаний, также эти требования становятся причиной ухода с рынка неэффективных игроков. Повышение спроса на комплексные услуги приводит к объединению экспедиторов и складских операторов. Свои позиции укрепляют логистические операторы, которые способны обеспечить системный подход к клиентам и организовать обслуживание на всей территории страны. Ключевым фактором роста отрасли логистики остается увеличение оборота розничной торговли и конкретно – сетевой торговли. Основой для формирования стратегических целей транспортной логистики и ее развития в Украине выступают определенные существующие исторические и экономические особенности нашей страны. Ведь очевидно, что современный украинский рынок перевозок грузов имеет определенные заметные отличительные черты по сравнению с европейскими и азиатскими аналогами.

Результаты статьи могут применяться при построении моделей управления логистическими системами в цепях поставки продуктов питания повседневного спроса.

Прогнозные предположения о развитии объекта исследования – поиск перспектив развития рынка перевозок грузов в соответствии с европейскими и азиатскими стандартами.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: ЛОГИСТИКА, АУТСОРСИНГ, ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ОПЕРАТОРЫ, ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ПРОВАЙДЕРЫ.