

Ерфан В.Й., Сингаєвський С., Мухомедьянов В.

ЦІНА ТА ЦІНОУТВОРЕННЯ В ЛОГІСТИЦІ

Логістика, як ключовий елемент сучасного бізнесу, стала невід'ємною частиною ефективної діяльності підприємств. Однак, вирішальне значення має здатність раціонально управляти не лише логістичними процесами, але й ціноутворенням. Правильна стратегія ціноутворення може стати ключовим фактором для досягнення успіху, прибутковості та забезпечення конкурентоспроможності.

Ціноутворення, як важливий аспект стратегії підприємства, вимагає комплексного підходу та аналізу. У цій статті автори докладніше розглядають взаємозв'язки між логістикою та ціноутворенням, визначають ключові фактори, що впливають на формування ціни. А також розглядають різні стратегії ціноутворення, які можуть бути застосовані в логістичній галузі. Також, аналізують, як логістика може допомогти оптимізувати цінову політику та досягти стратегічних цілей підприємства.

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

Постановка проблеми. Аналізуючи питання ціни та ціноутворення в контексті логістики, стає очевидним, що воно набуває особливого значення. В умовах постійних змін на ринку та конкурентного середовища, логістика стає вирішальним чинником для досягнення стратегічних цілей фірми.

Одним із головних викликів, з якими стикаються компанії (бізнес), є вибір стратегії ціноутворення в логістичній системі, яка відповідає їхнім потребам і приносить максимальний ефект (дохід). Ця стратегія повинна базуватися на оцінці пріоритетів діяльності та конкретних логістичних компонентах, таких як технологічний процес, транспортування, запаси, складське господарство і т.д. Проте, важливо пам'ятати, що обрана стратегія ціноутворення завжди має свої переваги та недоліки. Часто вибір однієї стратегії призводить до втрати переваг інших, і це може негативно вплинути на інші аспекти бізнесу.

Отже, проблема ціни та ціноутворення в логістиці є не лише актуальною, але й важливою для досягнення успіху в умовах сучасного бізнесу. Розуміння взаємозв'язку між стратегією ціноутворення та логістичними процесами дозволяє компаніям оптимізувати свою

діяльність, забезпечуючи при цьому стабільний фінансовий розвиток та конкурентну перевагу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато вчених, як вітчизняних, так і зарубіжних, присвятили свої дослідження проблемі економічної сутності ціноутворення в логістиці. До числа видатних дослідників цієї теми входять Л. Антошкіна, В. Вартанян, В. Герасименко, С. Дайновська, Д. Дейлі, Р. Долан, С. Дугіна, Є. Крикавський, Л. Мельник, О. Мазур, Т. Негла, Л. Романенко, Н. Смольнякова, С. Хамініч, Г. Саймон та В. Тарасевич. Також важливий вклад у розвиток теорії цін та ціноутворення зробили видатні представники економічної думки, такі як Л. Вальрас, Дж. М. Кейнс, К. Маркс, В. Парето, У. Петті, Д. Рікардо, А. Сміт та ін.

Проте виявлення раніше невирішених аспектів загальної проблеми ціноутворення в логістиці вимагає подальшого наукового дослідження.

Метою статті є дослідження взаємозв'язку між логістикою та ціноутворенням в сучасному бізнесі, визначити ключові фактори, що впливають на формування ціни, та розібрати різні стратегії ціноутворення, які можуть бути застосовані в логістичній галузі.

Виклад основного матеріалу. Цінова політика відіграє важливу роль у системі управління фінансовими потоками підприємства і є важливим інструментом для досягнення багатьох стратегічних цілей економічного розвитку. Розробка та оцінка стратегій ціноутворення в логістичній системі є складним завданням, яке вимагає ретельного дослідження різних можливих підходів. При цьому необхідно прийняти відповідні рішення, які відповідають загальним цілям компанії, таким як досягнення

© **Ерфан В.Й.**, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економічної теорії, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”

Сингаєвський С., аспірант, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”

Мухомедьянов В., магістр, кафедра економічної теорії, ДВНЗ “Ужгородський національний університет”

конкурентоспроможності, збільшення частки продажів, підвищення прибутку або зростання лідерства на ринку за якістю продукції.

Ціна є складною економічною категорією, яка відіграє важливу роль у ринковій економіці. Вона може бути інструментом для зміни споживчого попиту та стимулювання виробництва, формуючи при цьому ринкову кон'юнктуру. Цінова політика має важливий вплив на бізнес та суспільство в цілому, враховуючи різноманітні фактори, що впливають на її формування. Розуміння цінових процесів та їх взаємозв'язок з іншими аспектами економіки є ключовим для прийняття обдуманих рішень у господарській діяльності.

Визначення ціни є важливою економічною складовою, яка впливає на результативність функціонування підприємства. Процес формування ціни на товари та послуги називається ціноутворенням.

Складність ціноутворення полягає в тому, що ціна є дуже змінною та залежить від впливу різноманітних факторів, включаючи політичні, економічні, психологічні, соціокультурні та ін. Тому основним завданням логістичного ціноутворення є визначення такого рівня ціни, який забезпечує оптимальний баланс між споживачем і постачальником послуги, а також враховує витрати, пов'язані з функціонуванням логістичних систем при створенні та реалізації цієї послуги. [1]

Після визначення конкретних цілей та завдань слід проаналізувати результати та за потреби, скоригувати прийняті рішення. Необхідно також пам'ятати, що ціноутворення є ключовим аспектом на ринку, тому варто раціонально та обгрунтовано визначати ціни. Необгрунтовані ціни можуть вплинути на прибуток не лише вашої компанії, але й на інших учасників ланцюга постачання. Важливо розробити цінову стратегію, яка враховує поточні та майбутні цілі функціональних галузей логістичної системи.

Процес формування цін вимагає чіткого дотримання методології, що включає в себе набір загальних принципів, правил та методів для розробки та створення концепцій ціноутворення. Методологія ціноутворення становить основу цінової політики та стратегії підприємства.

Центральними складовими цієї методології є принципи ціноутворення, які складаються з фіксованих тверджень, що характеризують систему ціноутворення та виступають основою її структури. Розглянемо основні принципи ціноутворення:

1. Принцип наукового обгрунтування: цінові рішення повинні базуватися на аналізі

факторів, що впливають на ціну товару чи послуги використовуючи при цьому науковий підхід.

2. Принцип спрямованості цін: полягає в обов'язковому визначенні економічних та соціальних проблем, які потребують врегулювання. Зазвичай це робиться державою, яка визначає пріоритетні напрямки розвитку та встановлює цінову політику, спрямовану на стимулювання підприємств чи галузей для виробництва конкретної продукції.

3. Принцип безперервності процесу утворення цін: цей принцип передбачає постійне визначення ціни на продукт протягом всього процесу його виробництва та переміщення. На кожному етапі встановлюється конкретна ціна, яка враховує всі зміни та доповнення, пов'язані з особливостями виготовлення продукту. Також сприяє виробництву нових продуктів, припиненню виробництва застарілих товарів і постійному вдосконаленню технологій.

4. Принцип єдності процесу ціноутворення: передбачає активну участь держави у встановленні механізму регулювання цін на зазначені товари і послуги, з метою забезпечення доступності та стабільності їх цін для населення. Важливо, щоб ціни не були надто високими, що може вплинути на споживчу активність та життєвий рівень громадян. [2]

Ціноутворення в логістичних системах включає різні стратегії, які враховують різноманітні аспекти ринкової ситуації та споживчої поведінки.

Однією з таких стратегій є ціноутворення з орієнтацією на споживача. У цьому випадку ціна формується з урахуванням корисності товару для споживачів. Ця стратегія передбачає, що ціна товару повністю компенсує витрати, пов'язані з його купівлею. Іншими словами витрати після використання товару залишаються на тому самому рівні, як і до придбання.

Іншою поширеною стратегією є ціноутворення з орієнтацією на конкуренцію. В даній стратегії підприємство спостерігає та аналізує ціни, які формуються в конкурентів, та враховує їх при встановленні власних цін на продукцію. Основна ідея полягає в тому, щоб ціна товару відображала переваги в порівнянні з конкурентами.

Стратегія преміального ціноутворення "зняття вершків". Принцип роботи цієї стратегії полягає в тому, що підприємство встановлює ціну, яка перевищує власні витрати на виробництво і розповсюдження товару з орієнтацією на сегмент ринку, який може дозволити собі цей продукт за такою високою ціною.

Заохочувальна цінова політика, навпаки, передбачає встановлення ціни нижче середньоринкового рівня для стимулювання попиту. Така політика особливо ефективна під час розпродажів товарів, які мають обмежений термін придатності або реалізації залишкових партій товарів.

Політика виснажливих і проникаючих цін – це дві протилежні стратегії ціноутворення, які застосовуються при введенні на ринок нових продуктів чи послуг. Основні відмінності між ними полягають у тому, як вони взаємодіють з ринком і яким чином впливають на споживачів.

Політика виснажливих ціна передбачає встановлення високої ціни на новий продукт або послугу при їхньому введенні на ринок. Проте з часом та зі зростанням конкуренції ціна знижується.

Політика проникаючих цін, навпаки, передбачає введення нового продукту на ринок за низькою стартовою ціною. Ця стратегія дозволяє швидко завоювати масовий ринок і вразити споживачів вигідною ціною пропозицією. Головна перевага цієї стратегії – швидке завоювання ринку, але вона може призвести до низьких прибутків на початковому етапі.

Політика цін в ході вертикального і горизонтального розподілу ринку включає в себе диференціацію цін, що надаються різним групам покупців на різних ринках або в одному регіоні з іншими характеристиками споживацького попиту.

Вертикальна диференціація ціни відбувається, коли один товар пропонується на різних ринках або регіонах за різними цінами. Ця стратегія дозволяє максимально збільшити прибуток на різних ринках.

Горизонтальна диференціація ціни характеризується розподілом єдиного ринку на окремі групи споживачів, що відрізняються різними факторами, включаючи рівень купівельної спроможності та іншими характеристиками.

Стратегія граничного ціноутворення передбачає, що після досягнення конкретного обсягу продажів за високими цінами, які покривають витрати і приносять мінімальний прибуток, компанія переходить до зниження ціни. Ця стратегія дозволяє залучити більше покупців за рахунок зниження цін, при цьому основні витрати залишаються практично незмінними. [3]

Таким чином, вибір стратегії ціноутворення залежить від цілей компанії на ринку. Ця стратегія може бути спрямована на досягнення

конкурентної переваги, орієнтована на задоволення потреб споживачів або базуватися на максимізацію прибутку. Вибір конкретної цінової стратегії має значний вплив на прибуток, тому важливо вивчити та оцінити всі доступні варіанти ціноутворення, для досягнення стратегічних бізнес-цілей.

Ціни та логістика мають тісний взаємозв'язок у сучасному бізнесі. Підвищення або зниження ціни може вплинути на логістичні операції компанії та витрати. Наприклад, коли попит на продукт зростає, то це може призвести до збільшення витрат на доставку та зберігання товарів. Це, у свою чергу, призводить до збільшення логістичних витрат компанії. У таких випадках бізнес повинен переглянути свою цінову стратегію та підвищити ринкову ціну, щоб забезпечити прибутковість.

Приймаючи рішення про якість послуг і ціни, важливо враховувати і логістичні витрати. Взаємозв'язок між цими двома аспектами вказує на те, що зниження одних витрат може призвести до збільшення інших. Це означає, що компанія повинна збалансувати цінову політику та логістичні операції, щоб досягти успішну конкурентоспроможність та задовольнити потреби ринку. [4]

Ціноутворення є складним процесом, який вимагає довготривалого розгляду. Зазвичай дуже важливо почати думати про ціноутворення, ще перед початком створення продукту чи послуги. Відповідне ціноутворення є найбільш ефективним способом для логістичних підприємств досягти зростання прибутку. Кожне невелике підвищення ціни може призвести до значного зростання операційного прибутку. Але в той же час навіть невелике зниження ціни може суттєво знизити прибуток. Отже, розглянемо як логістика впливає на ціноутворення.

Транспортні витрати є ключовим фактором у логістиці, який впливає на ціноутворення. Ціна складається з основної вартості за перевезення та додаткових витрат на послуги з перевезення вантажу. Основна вартість включає плату за доставку, транзитну плату, транспортування тощо. Послуги з доданою вартістю можуть включати страхування, інформаційні послуги та інші додаткові послуги. Логістичні компанії також враховують витрати на оплату праці, вартість місця, транспортні витрати та інші фактори вартості при ціноутворенні.

Фактори ціноутворення в логістиці грають важливу роль у визначенні оптимальних цін на логістичні послуги. Один із ключових факторів – це цільові показники ціноутворення. Вони означають встановлення певного рівня цін для

досягнення очікуваних цілей, таких як прибутковість, частка ринку або стабільні ціни.

Відповідно від конкретних цілей, підприємство може вибирати різні стратегії ціноутворення. Наприклад, якщо почати завоювання більшої частки ринку, то початкова ціна може бути низькою, щоб залучити більше клієнтів. У випадку, якщо ціль – стати високоякісним постачальником, ціна може бути вищою, щоб відобразити цей статус і забезпечити відповідну якість послуги.

Суперництво на ринку також впливає на ціноутворення. Чим більша конкуренція, тим сильніший вплив на ціни. Зокрема, не слід ігнорувати ті компанії, які не є лідерами на ринку. Особливо коли конкуренти змінюють ціни на продукції, необхідно ретельно вивчити ринок і своєчасно адаптувати ціни на власну продукцію, щоб залишитися конкурентоспроможними.

Собівартість можна розділити на постійну та змінну вартість, які впливають на прибутковість підприємства. Визначення собівартості є необхідною умовою досягнення прибутку компанії. Ціни на продукцію можуть бути нижчими за середні витрати, але мають бути вищими за середні змінні витрати, що враховує кожен бізнес. Вартість в основному включає в себе вартість витрати, пов'язані зі збереженням товарів. Окрім витрат на складування, збитків і

витрат на оплату праці, страхування та податків, він також включає відсотки на кошти, що зберігаються на складі. Додавання частки капіталу на складі, до загальної вартості логістики є ключовою особливістю сучасного розрахунку логістики, що сприяє зниженню логістичних витрат та прискоренню обороту капіталу. [5]

Враховуючи ці фактори ціноутворення, логістичні підприємства можуть розробити оптимальну стратегію ціноутворення, яка допоможе їм досягти бажаних цілей.

Висновки. Узагальнюючи, слід відзначити, що логістика є важливою складовою ефективною діяльності підприємств. Вона впливає на різні аспекти бізнесу, включаючи ціноутворення, а вивчення цього питання є завданням для будь-якої логістичної компанії. Оптимальний вибір стратегії ціноутворення в логістичній галузі може стати ключовим фактором для досягнення успіху та конкурентоспроможності на ринку.

У цій статті ми докладно розглянули взаємозв'язок між логістикою і ціноутворенням, виокремили важливі фактори, що впливають на формування ціни, та представили різні стратегії ціноутворення, які можуть бути застосовані в логістичній сфері. Таким чином, ретельний аналіз і розробка стратегії ціноутворення відіграють ключову роль для досягнення успіху в бізнесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Чичуліна К.В., Кладченко Я.О. Сучасні цінові стратегії на основі психології // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – Вип. 23. – С. 352–355. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/69.pdf>
2. Ціноутворення : навч. посіб. / І.А. Федоренко, О.С. Мордовцев. – Харків : НТУ «ХПІ», 2016. – 152 с.
3. Фінансові потоки в логістичних системах : конспект лекцій для студентів спеціальності 8.03060107 "Логістика" : [Електронне видання] / К. В. Мельникова. – Х. : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2015. – 104 с. (Укр. мов.) http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb6_161.pdf
4. Pricing optimization based on logistics costs (with examples). Frisbo - Fulfillment for Ecommerce. URL: <https://www.frisbo.eu/blog/a-key-factor-in-pricing-this-is-what-you-need-to-know-about-logistics-costs>
5. "How Does Logistics Affect Pricing." Medium. URL: <https://realhong888.medium.com/how-does-logistics-affect-pricing-6482bd9b4431>

REFERENCES

1. Chychulina, K.V., & Kladchenko, Ya.O. (2018). Suchasni tsinovi stratehii na osnovi psykholohii [Modern pricing strategies based on psychology]. Hlobal'ni ta natsional'ni problemy ekonomiky - Global and national economic problems, 23, 352-355. URL: <http://global-national.in.ua/archive/23-2018/69.pdf> [in Ukrainian].
2. Melnykova, K. V. (2015). Finansovi potoky v lohistrychnykh systemakh: konspekt lektsii dlia studentiv spetsialnosti 8.03060107 "Lohistyka" [Financial flows in logistics systems: a summary of lectures for students of the specialty 8.03060107 "Logistics"]. Kh.: KhNEU im. S. Kuznetsia. URL: http://www.vtei.com.ua/doc/2023/vatra2004/zb6_161.pdf [in Ukrainian].

3. Fedorenko, I.A., & Mordovtsev, O.S. (2016). Tsinoutvorennia: navch. posib. [Pricing: study guide]. Kharkiv : NTU «KhPI» [in Ukrainian].
4. Pricing optimization based on logistics costs (with examples). Frisbo - Fulfillment for Ecommerce. (n.d.). URL: <https://www.frisbo.eu/blog/a-key-factor-in-pricing-this-is-what-you-need-to-know-about-logistics-costs> [in English].
5. How Does Logistics Affect Pricing. Medium. (n.d.). URL: <https://realhong888.medium.com/how-does-logistics-affect-pricing-6482bd9b4431> [in English].

Отримано 10.09.2023