

- практ. конф. молодых экономистів. – Харків: Модель Всесвіту, 2000. – С.132-135.
- 2.Друкер П.Ф. Задачи менеджмента в XXI веке: Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2000. – 272 с.
- 3.Ткаченко В.А., Ключко В.М., Лямец В.И. и др. Оценка научно-технического уровня и научного потенциала НИИ и КБ отрасли. Отраслевая методика. – Днепропетровск: ДГУ, 1993. – 160 с.
- 4.Ключко Е.В. Ноосферная ориентация сознания студента // Сб. научн. статей по материалам I междунар. науч.-практ. конф. «Ноосферное образование в вузах Украины». – Харьков: ОО «Дом В.И.Вернадского», 2008. – С.120-124.
- 5.Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий: Пер. с англ. – М.: Радио и связь, 1993. – 320 с.
- 6.Ключко Е.В., Ключко В.М. Непрерывное ноосферное биоэнергоинформационное образование на этапах жизненного цикла Человека – проблема непрерывного и дискретного // Сб. науч. статей по материалам I междунар. науч.-практ. конф. «Ноосферное образование в вузах Украины». – Харьков: ОО «Дом В.И.Вернадского», 2008. – С.81-89.

Отримано 26.11.2008

УДК 656.23

В.А.ВОЛОХОВ, О.Л.ВАСИЛЬЄВ, кандидати екон. наук
Українська державна академія залізничного транспорту, м.Харків

ПЕРЕДУМОВИ ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ ДЛЯ ПОБУДОВИ ОПТИМАЛЬНИХ ТАРИФІВ НА ВАНТАЖНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Розглядається можливість застосування логістичного підходу при формуванні тарифів на вантажні перевезення, враховуючи комерційні вимоги клієнтури, вид вантажу та попит на перевезення.

Постановка даної проблеми визначається реформуванням транспортної системи України, що вимагає встановлення оптимальних тарифів на вантажні перевезення, які б відповідали інтересам транспортних підприємств і зростаючим вимогам їх клієнтів.

Проблемам ціноутворення на вантажні перевезення присвячено праці Ю.М.Кожевнікова, Л.А.Мазо, А.В.Крейніна, М.В.Макаренка, В.К.Міроненко, В.М.Запари, Н.М.Колесникової [1-7]. Вказані вчені виходять з того, що в сучасних ринкових умовах транспорт повинен розглядатися не лише як найважливіша галузь народного господарства, але й як елемент логістичного ланцюжка: постачання – транспорт – виробництво – транспорт – споживач. Однак в їх працях питання, пов'язані з використанням логістичних підходів при формуванні тарифів на перевезення, є недостатньо розкритими.

Метою даної роботи є дослідження передумов використання логістичного підходу для встановлення оптимальних тарифів на вантажні перевезення.

Основні положення логістики, характерні для фірм-виробників і споживачів продукції (пріоритет споживача, високий рівень сервісу, скорочення часу виконання замовлення та ін.) повною мірою відносяться і до підприємств транспортної галузі. Застосування логістичного підходу на транспорті передбачає врахування широкого комплексу організаційних, економічних, управлінських і фінансових завдань при формуванні збалансованої тарифної системи [8].

Відмінною рисою роботи транспортної системи в конкурентних умовах стає розробка політики комплексного вирішення транспортних і пов'язаних з ними проблем на іншому якісному рівні. Практика показує, що така політика приносить успіх, якщо вона достатньо диференційована і передбачає надання нових нетрадиційних додаткових послуг та ефективні дії в області комунікацій [9-11]. При цьому, при організації перевезень вантажів мають враховуватися не лише відстань їх транспортування, об'єм відправлення та термін доставки, а й можливі додаткові послуги та потреби попиту.

Економічний стан транспортного підприємства в основному визначається доходами і прибутком від перевезень вантажів, тому найбільшу увагу необхідно приділяти вдосконаленню розрахунків саме вантажних тарифів.

Так, тарифна система, що діє на залізничному транспорті України, не забезпечує необхідний рівень рентабельності залізниць. Таке положення викликано декількома причинами, основними з яких є:

- проведення державної політики, при якій тарифи фіксовані, а ціни на паливно-енергетичні та матеріальні ресурси, потрібні для експлуатації, не підлягають такому суворому обмеженню;

- в основі системи залізничних тарифів, що діє в Україні, лежить тарифна система, введена ще в 1990 р. у колишньому СРСР, в якій тарифи в основному диференційовані за видами рухомого складу і мають однаковий рівень рентабельності для всіх вантажів;

- надзвичайна складність переходу на нову систему цін і тарифів, оскільки, враховуючи взаємозалежність між галузями економіки України, підвищення тарифів на залізничному транспорті може викликати відповідне підвищення цін в інших галузях і подальше циклічне зростання цін на матеріальні ресурси, що споживаються транспортом.

Аналізуючи діючу систему побудови залізничних тарифів, слід зазначити ряд недоліків.

По-перше, застосування середньомережевої собівартості перевезень за родами вантажів, як початкової бази для побудови тарифу. Її величину складно співставити з витратами залізниць України на різних ділянках унаслідок відмінностей в технічній озброєності мережі заліз-

ниць. Застосування середньомережевої собівартості як тарифної база призводить до зниження прибутку залізничного транспорту: на напрямках з собівартістю нижче за середньомережевий рівень внаслідок штучного стримування об'ємів перевезень і недоотримання доходів і прибутку та з собівартістю вище за середньомережевий рівень унаслідок штучного залучення додаткових перевезень і викликаной цим перевитрати коштів залізничного транспорту.

По-друге, діючі тарифи будуються на основі витрат залізничного транспорту на перевезення вантажів і не враховують ціни вантажів, що перевозяться, та попиту на них. Має місце зворотна залежність між часткою залізничного тарифу в ціні споживання та ціною вантажу, що перевозиться.

По-третє, при визначенні тарифів на перевезення кожного вантажу використовується принцип: тариф встановлюється на такому рівні, щоб доходи від перевезення вантажу повністю покривали як залежні, так і умовно-постійні витрати на його перевезення та приносили певний прибуток. Застосування цього принципу не дозволяє повністю використовувати такої переваги багатотоварного виробництва, яким є залізничний транспорт, як варіювання витратами на виробництво різних видів товарів при визначенні цін на них з метою отримання максимального сукупного прибутку.

У ринкових умовах таке ціноутворення не стимулює зростання об'єму перевезень. Виникає необхідність використовувати в ціноутворенні «платоспроможність» вантажу. Дорожчі вантажі є доцільним перевозити за вищими тарифами, а дешевші, «масовіші» та «життєнеобхідні» – за нижчими. Вантажні тарифи мають бути такими, щоб питома вага транспортних витрат у кінцевій ціні товару була б приблизно однаковою. Такий метод ціноутворення на транспорті сприятиме стабілізації цін у державі, а такі тарифи приваблюватимуть клієнтів, що приведе до збільшення об'ємів перевезень.

Відмова від традиційного способу розрахунку тарифів і їх оптимізація дозволить істотно поліпшити положення залізничного транспорту та укріпити його позиції в конкурентній боротьбі з іншими видами транспорту, уникнути штучного спаду об'ємів перевезень – за необгрунтованого завищення залізничних тарифів; знизити тарифи на ряд перевезень за рахунок перерозподілу умовно-постійних витрат між перевезеннями різних вантажів; у ряді випадків здійснювати інвестиційні програми за рахунок власних джерел фінансування.

Удосконалення вантажних залізничних тарифів дозволить задовольнити комерційні вимоги клієнтури до якості перевезень (своєчасності доставки і збереження вантажів, прийнятності тарифу, якості

транспортних засобів, «гнучкості» залізниці при обслуговуванні замовника); створити «привабливі» послуги (забезпечення узгодженого стандарту обслуговування, заснованого на надійності, повна компенсація за порушення договірних умов, а також «видимі» послуги (технологія оформлення заявок на перевезення, засоби доставки вантажу «від дверей до станції», складування і т.д.).

Вантажі, що перевозяться залізничним транспортом, є взаємозамінними. Тому розрахунок оптимальних тарифів необхідно виконувати за кожним видом вантажів окремо. Як критерії оптимальності при цьому можуть бути використані наступні показники: максимум рентабельності (за відношенням до витрат), прибутку і доходів. При виборі критерію оптимальності для побудови необхідне дотримання наступних умов: розрахунок оптимальних тарифів має бути досить простим; оптимальні тарифи повинні стимулювати зниження витрат залізничного транспорту і зниження самих тарифів.

Однією з причин падіння об'ємів перевезень вантажів і скорочення обсягів виробництва та споживання товарів і послуг є традиційний підхід до побудови залізничних вантажних тарифів. При оптимізації тарифів повинно відбутися значне зниження собівартості перевезень в порівнянні з традиційним способом розрахунку тарифів.

Відмова від традиційного підходу до побудови тарифів і перерозподіл умовно-постійних витрат дозволить істотно підвищити об'єм перевезень вантажів і прибуток залізничного транспорту при одночасному зниженні собівартості перевезень.

Для максимізації прибутку залізничного транспорту повинен діяти принцип: сукупні доходи від перевезень вантажів повинні повністю покривати сукупні витрати на їх перевезення і приносити максимальний прибуток. В окремих випадках тарифи можуть встановлюватися на рівні, що перевищує величину залежних витрат на дане перевезення.

Перехід до ринкових методів управління економікою вимагає від залізничного транспорту підвищення точності розрахунків собівартості перевезень для тарифних цілей, проведення заходів щодо зниження собівартості перевезень і стимулювання попиту на перевезення, наприклад, підвищення якості перевезень при сповільненому збільшенні тарифних плат у порівнянні із зростанням якості.

Оптимізація залізничних вантажних тарифів припускає вивчення попиту на вантажні перевезення. Сьогодні при перегляді тарифної плати за вантажні перевезення як орієнтир використовується рівень витрат на перевезення і не оцінюється вплив попиту.

Кількість найменувань вантажів, що перевозяться залізничним

транспорт, досить велика, оптимізація тарифів на перевезення кожного виду вантажу – практично нерозв'язне завдання внаслідок великого об'єму розрахункової роботи. Необхідно оптимізувати тарифи на перевезення щодо дешевих масових вантажів і дорогих вантажів, що також мають значні об'єми перевезень. Для визначення тарифів на перевезення решти вантажів можливе застосування традиційного підходу, проте і в цьому випадку для максимізації прибутку в якості тарифної бази необхідно використовувати собівартості перевезень за конкретними кореспонденціями, а не на середньомережевому рівні. Застосування такого підходу дозволить при значному скороченні об'ємів розрахункової роботи істотно підвищити прибуток залізничного транспорту.

З ряду причин залізничні вантажні тарифи, що діють в даний час, далекі від оптимальних. Однак перехід з діючих на оптимальні тарифи має проводитися поступово, щоб запобігти можливого погіршення економічного стану залізничного транспорту та економіки країни в цілому.

Розробка нових вантажних залізничних тарифів із застосуванням логістичного підходу дозволить, з одного боку, забезпечити достатній рівень рентабельності залізниць, а з іншого – побудувати конкурентоздатні тарифи, які сприятимуть збільшенню обсягів виробництва у вантажоутворюючих галузях і відповідно залученню додаткових об'ємів перевезень.

1. Кожевников Ю.Н. Грузовые тарифы в современных условиях // Железнодорожный транспорт. – 1996. – № 2. – С.56-59.

2. Мазо Л.А. Основные направления совершенствования тарифов на железных дорогах России // Железные дороги мира. – 1998. – №9. – С.3-6.

3. Крейнин А.В. О проекте Прейскуранта 10-01 «Тарифы на перевозки грузов и услуги инфраструктуры, выполняемые Российскими железными дорогами» // Бюллетень транспортной информации. – 2002. – №10. – С.24-26.

4. Макаренко М.В. К вопросу о дифференциации тарифов // Залізничний транспорт України. – 1997. – №2. – С. 60.

5. Мироненко В.К. Цінові інструменти інвестиційних тарифів на підприємствах залізничного транспорту // Залізничний транспорт України. – 2001. – №2. – С.35-36.

6. Запара В.М. Про деякі підходи до формування транспортних тарифів в умовах транспортного ринку // Концепція підвищення ефективності вантажних перевезень на залізничному транспорті: 36. наук. праць. Вип.38. – Харків: ХарДАЗТ, 1999. – С.57-65.

7. Запара В. М., Колесникова Н. М. Визначення тарифів на перевезення вантажів загальною мережею залізниць з погодженими скороченнями строків доставки // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2002. – №2. – С.93-97.

8. Транспортная логистика. – М.: Экзамен, 2003. – 512 с.

9. Кур Х., Полинські Я. Логистические центры как форма обслуживания грузовых перевозок в XXI веке // Вестник ВНИИЖТ. – 1997. – №4. – С.11-13.

10. Новиков О.А., Семенов А.И. Производственно-коммерческая логистика. Ч.1. – СПб: СПбУЭФ, 1993. – 164 с.

11.Ефимов В.В, Семенов В.М. Логистическое сравнение вариантов доставки грузов // ВИНТИ. – 2000. – №8. – С.17-23.

Отримано 08.09.2008

УДК 339.138 : 338.5

О.В.КЕНДЮХОВ, д-р екон. наук
Донецький університет економіки і права

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ: ПОШУК ОПТИМАЛЬНИХ РІШЕНЬ

Доводиться, що моделювання системи управління торговельною маркою в умовах застосування оборонної маркетингової стратегії, може бути здійснене на основі принципів розрахунку систем, що стежать; обґрунтовано критерії оптимальності функціонування системи управління торговельною маркою.

Як свідчать дослідження Т.Нильсона, М.Яненко, А.Байлера, Я.Елвуд [1-4] та ін., сьогодні для багатьох компаній сильні торговельні марки, якими вони володіють, є найціннішими активами, що створюють марочний капітал. Цінність бренду для підприємства виявляється в процесі його використання. Бренд не з'являється, а головне, не існує сам по собі, він вимагає цілеспрямованого постійного управління. Як зазначає відомий дослідник з брендингу С.М.Девіс, ефективне управління марочними активами стає сьогодні найважливішою задачею для багатьох компаній. У цьому сенсі бренд-менеджмент потребує проведення спеціальних досліджень з оцінки ефективності управління торговельними марками [5].

Багато компаній, які володіють марками і лідирують на своїх ринках, наприклад Соса-Сола, Шевроле, Оболонь, дотримуються оборонної маркетингової стратегії. Це пов'язано, перш за все, з тим, що їх постійно атакують компанії другого і третього ешелонів, і в таких умовах найважливішою маркетинговою задачею є утримання досягнутої частки ринку. Окрім цього, через обмеженість ресурсів, а також через інші причини, оборонної маркетингової стратегії дотримуються і компанії, що володіють торговельними марками, які не лідирують на ринку.

Оборонна маркетингова стратегія [6] вимагає своєї специфіки формування і функціонування системи управління торговельними марками, в основу оцінки якості якої повинні бути закладені певні критерії оптимальності її роботи. Тому пошук і обґрунтування критеріїв оптимальності функціонування системи управління торговельною маркою є актуальною науково-практичною проблемою, рішення якої пов'язане з такими найважливішими науковими задачами, як підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств і забезпечення їх стабі-