

## ПЕРЕДУМОВИ ТА ЧИННИКИ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ

*Розкрито суспільно-географічні передумови та чинники в контексті їхнього впливу на територіальну організацію логістичних систем.*

*Shown human-geographic conditions and factors in connection with their influence on spatial organization of logistical systems.*

**Постановка наукової проблеми.** Ефективність логістичних систем безпосередньо залежить від їхньої територіальної організації. Останні, в свою чергу, формуються під впливом передумов та чинників, багато з яких мають чіткий суспільно-географічний характер.

**Наукові джерела та публікації** з даної проблематики є нечисленні, оскільки в працях з логістики питання територіальної організації логістичних систем якщо і згадуються, то побіжно, без глибокого розкриття їхньої сутності. Вигідно відрізняється на цьому тлі книга Т. Прокоф'євої та О. Лопаткіна "Логістика транспортно-розподільчих систем: регіональний аспект" (М., 2003) [1] та монографія автора "Логістика: просторово-територіальний вимір" (К., 2004) [2]. Також слід відзначити працю американського логістика Д. Уотерса [4], в якій проблемам розміщення логістичних систем присвячено цілий розділ.

**Метою даної статті** є розкриття суспільно-географічних передумов та чинників та їх вплив на територіальну організацію логістичних систем.

**Виклад основного матеріалу.** При розробці логістичних систем, зокрема при проектуванні ланцюжка поставок, питання їх територіальної організації та оптимізації розміщення їх елементів відіграють надзвичайно важливу роль [2, 12]. На це вказують багато ав-

торів підручників та посібників з логістики [3, 111, 161], зокрема західних. Так Д. Уотерс пише: "Проблеми розміщення в логістиці пов'язані з пошуком найкращих географічних точок для різних елементів ланцюжка поставок" [4, 161]. При цьому вдале розміщення підприємства ще не гарантує успіху в бізнесі, але невдале говорить само за себе й практично визначає невдачу в майбутньому. В багатьох організаціях забувають, що рішення з розміщення бізнес-об'єктів мають довгостроковий характер, отже обирають місця, орієнтовані на короткотермінові вигоди, такі як отримання грантів на розвиток від місцевих влад, тимчасове зниження орендних платежів чи надання податкових канікул.

Таким чином, прийняття рішення з розміщення логістичних об'єктів не є простим й організації повинні врахувати при цьому множину чинників. Останні можна поділити принаймні на дві групи – вимірювальні й невимірювальні. До перших відносять операційні витрати, ставки оплати праці, податкові ставки, поточні обмінні курси валют, число конкурентів, відстань до вже діючих підприємств, гранти на розвиток, чисельність та доходи населення, надійність постачальників. До других – якість інфраструктури, політичну стабільність, стосунки суспільства, профспілкову діяльність, правову систему, майбутній розвиток економіки тощо (рис. 1).



Рис. 1. Чинники, що впливають на розміщення логістичних об'єктів

Якщо вимірювальні чинники можна розрахувати, то невимірювальні можливо визначити за допомогою, наприклад, експертного оцінювання. Тому, коли організації аналізують подібні обставини, вони часто приходять до подібних заключень. Ось чому деякі регіони світу є нині надзвичайно популярними. Адже більшість організацій вважають їх найкращим місцем для розміщення своїх елементів. Це, у свою чергу, призводить до появи деяких нових тенденцій у розміщенні продуктивних сил світу та його регіонів. Наприклад, у 1990-х роках було створено тисячі нових підприємств у смузі Макіладорас на північному кордоні Мексики. Стимулами для територіальної концентрації промислових закладів у цій смузі були, по-перше, низькі операційні витрати, характерні

для Мексики, а по-друге, близькість до величезного ринку США, куди й експортувалася практична вся вироблена продукція. Інші швидко зростаючі регіони світу розміщуються в Китаї, Центральній Європі, Тихоокеанському кільці. В межах цих обширних регіонів існують окремі зони, що користуються особливою популярністю, такі як Шанхай, Варшава чи Сінгапур. Спостерігаються й інші тенденції, пов'язані з розміщенням логістичних об'єктів. Так, явно виражена тенденція до скорочення ланцюжків поставок веде до зменшення кількості посередників та до концентрації логістичних функцій у меншому числі елементів. Вільна торгівля та розвинута транспортна інфраструктура в межах Європейського Союзу, наприклад, сприяють відмові компаній від наці-

ональних складів та переходу до єдиного європейсько-го логістичного центру.

Зміни в розміщенні логістичних об'єктів відбуваються під впливом таких передумов, як: а) вихід на нові географічні ринки; б) зміна в розміщенні замовників або постачальників; в) зміна виробничої технології (наприклад, коли електрична компанія переходить з вугільних генераторів на газові); г) модернізація споруд, наприклад, для впровадження нових технологій; д) закінчення терміну лізингу споруд, що нині використовуються; е) зміна транспортних засобів, що використовуються (наприклад, перехід із залізничного транспорту на автомобільний); є) зміна в транспортних мережах (наприклад, відкриття тунелю під Ла-Маншем чи мосту через протоку Ересунн між Швецією та Данією); ж) злиття або поглинання бізнесових структур, в результаті чого виникає необхідність усунення дублюючих операцій.

Реакція фірми щодо впливу (тиску) усіх передумов у галузі розміщення (територіальної організації бізнесу) може мати лише три варіанти: 1) консервативний, який передбачає розширення або зміну наявних елементів, що знаходяться на нині зайнятому місці; 2) компромісний (перехідний) – передбачає відкриття допоміжних елементів в іншому місці з збереженням існуючих; 3) радикальний – передбачає закриття діючих операцій і потужностей і їх перенесення в інше місце.

За наявними емпіричними даними 45% західних компаній використовують консервативний варіант змін у розміщенні бізнесу, стільки ж вдаються до компромісного варіанту і лише 10% застосовують радикальний варіант [4, 164]. Пояснюється це тим, що консервативний

та компромісний варіанти супроводжуються найнижчим ризиком та забезпечують економію на масштабах діяльності, у той час як радикальний варіант повної переміщення підприємства часто пов'язаний з дуже високими затратами та перервою в його діяльності. Але при цьому останній радикальний варіант зміни розміщення бізнесу може здійснюватися за жорстким або м'яким "сценарієм". Так, якщо виробник розширює мірило своєї діяльності та хоче працювати на новому ринку, йому можна запропонувати п'ять варіантів дій із зміни розміщення бізнесу у порядку збільшення інвестицій:

1. Ліцензування або франчайзинг: місцеві організації виробляють та реалізують продукти компанії, виплачуючи їй за це частину свого прибутку.

2. Експортування: компанія виробляє продукцію на своїх діючих підприємствах та продає її дистриб'ютору, що обслуговує новий для неї ринок.

3. Місцева дистрибуція та продаж: компанія виробляє продукцію на своїх заводах та створює власну мережу дистрибуції та продажу на новому ринку.

4. Місцеве збирання та кінцева доводка: компанія виробляє більшу частину продукції на діючих підприємствах, але відкриває допоміжні структури на новому ринку, де здійснюється кінцева доводка або збирання готової продукції.

5. Повне виробництво на місці: компанія створює на новому ринку підприємство з новим виробничим циклом.

Саме таким чином діяла відома міжнародна компанія "Procter & Gamble" (США), поступово виходячи на ринок України (табл. 1).

Таблиця 1. Виробнича, маркетингова та логістична діяльність компанії "Procter & Gamble" в Україні [5, 1]

| Роки      | Заходи                                                                                                                                                                                         | Сфера дії                          |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|
| 1990      | Поява товарів виробництва компанії в Україні                                                                                                                                                   | Експорт товарів                    |
| 1993      | Відкриття представництва компанії в Україні                                                                                                                                                    | Дистрибуція                        |
| 1995      | Створення власної дистриб'юторської мережі та маркетингова підтримка                                                                                                                           | Дистрибуція, маркетинг             |
| 1997      | Придбання підприємства в м. Борисполі (бувше СП з британською фірмою "Tambrands")                                                                                                              | Виробництво                        |
| 2000      | Відкриття дистриб'юторського центру компанії в м. Львові                                                                                                                                       | Дистрибуція, логістика             |
| 2002      | Створення підприємства в м. Орджонікідзе Дніпропетровської обл.                                                                                                                                | Виробництво                        |
| 2004-2005 | Виконання логістичних проектів "Концентрація та спеціалізація складського господарства" (Бориспільське підприємство) та "Оптимізація інтегральної системи логістики "Procter & Gamble Ukraine" | Виробнича та розподільча логістика |

Якщо компанія створює нове підприємство на новому ринку, вона отримує вигоди більш повного контролю продукції та ланцюжка поставок, отримує більший прибуток, уникає виплат імпортерських тарифів або застосування квот та встановлює тісніші зв'язки з місцевими замовниками. З іншої сторони, цей варіант потребує значніших інвестицій, є більш ризикованим та складним, а також супроводжується підвищеною невизначеністю. У кожному випадку найкращий вибір залежить від множини чинників, а саме: наявності капіталу, відношення компанії до ризику, цільових показників доходності та інвестиції, існуючих операцій, часового мірила,

знання місцевих умов, транспортних витрат, митних тарифів, обмежень торгівлі та можливості найняття працівників потрібної кваліфікації.

В якості практичного прикладу розглянемо американську компанію NN, яка планує розширити свою діяльність та почати працювати в Європі. Компанія NN розробила низку варіантів, кожний з яких передбачає фіксовану річну виплату (за оренду, електроенергію та інші накладені витрати) та змінні витрати, обсяг яких залежить від загального потоку операцій (вантажопереробки, амортизації, заробітної плати тощо). Ці витрати в узагальненій формі представлені в табл. 2.

Таблиця 2. Постійні та змінні витрати за альтернативними варіантами бізнесових стратегій з виходу на новий ринок

| Альтернативні варіанти                                               | Постійні витрати, євро | Змінні витрати, євро |
|----------------------------------------------------------------------|------------------------|----------------------|
| 1. Експортування продукції, що виробляється на наявних підприємствах | 800 000                | 900                  |
| 2. Використання місцевого дистриб'ютора                              | 2400 000               | 700                  |
| 3. Створення місцевого підприємства до кінцевої доводки продукції    | 9000 000               | 520                  |
| 4. Створення виробничих закладів обмеженої потужності                | 8000 000               | 360                  |
| 5. Створення більш потужних виробничих підприємств                   | 12 000 000             | 440                  |

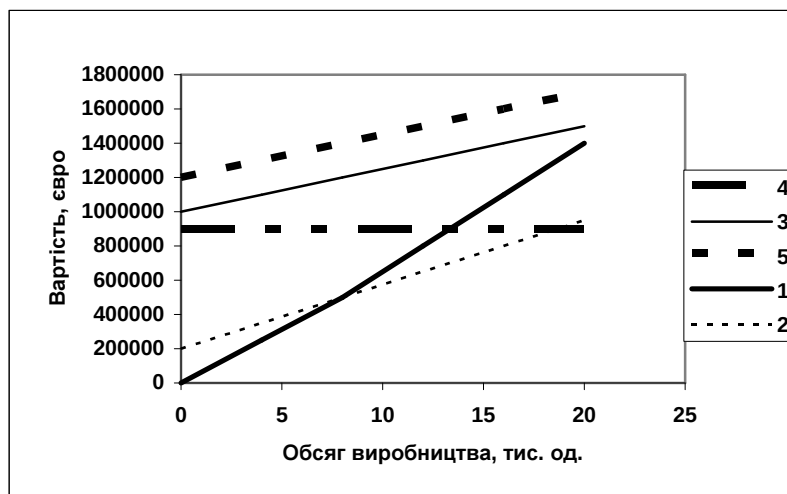


Рис. 2. Аналіз беззбитковості для розміщення логістичних об'єктів компанії NN

У якості альтернативи NN може взагалі не виходити на ринок, а надати ліцензію місцевому виробнику, який буде виробляти її продукцію та сплачувати роялті – 2% від вартості продажу. Яку ж стратегію слід обрати фірмі NN, якщо вона планує продавати приблизно 10 000 од. в рік за цільового показника внеску в прибуток 10%?

Для вирішення задачі виконаємо аналіз беззбитковості варіантів 1-5 (рис.2). З нього витікає, що варіанти 3 та 5 є найдорожчими. Отже, обирати слід серед варіантів 1, 2 та 4. За обсягу виробництва  $X_1$  варіант 1 буде найдешевшим від 0 до  $X$ :  $800\,000 + 900X_1 = 2400\,000 + 700X_1$ , звідси  $X_1 = 8000$  од.

Після цієї точки найдешевшим стає варіант 2 та залишається таким аж до моменту:

$$2400\,000 + 700X_2 = 800\,000 + 360X_2, \\ \text{звідси } X_2 = 16\,471 \text{ од.}$$

Після цієї точки найдешевший стає варіант 4.

За обсягу виробництва 10 000 од. в рік та використання місцевого дистриб'ютора найдешевшим буде варіант 2, при цьому витрати складуть  $(2400\,000 + 10\,000 \times 700) = 9,4$  млн. євро. Варіант 1, тобто експортування за умови використання існуючих потужностей, виявляється дещо дорожчим  $(800\,000 + 10\,000 \times 900) = 9,8$  млн. євро, але його, можливо, легше організувати. За варіанта 2 середні витрати на одиницю продукції складуть 940 євро, що із врахуванням внеску в прибуток 10% дає ціну продажу  $940 \times 1,1 = 1034$  євро, а загальний дохід 940 000 євро. Якщо компанія NN домовить-

ся, щоб розмір роялті складав 2% вартості продажу, вона отримає  $1034 \times 0,02 \times 10\,000 = 206\,800$  євро.

Зрозуміло, що при прийнятті кінцевого рішення ці дані слід розглядати тільки в якості стартових. Нині компанія NN повинна здійснити більш детальний аналіз витрат, своїх цілей, довгострокових планів, мірила контролю, який вона прагне здійснити, та розглянути інші значущі чинники.

**Висновки.** Питання територіальної організації та оптимізації розміщення відіграють істотну роль при розробці логістичних систем та при проектуванні ланцюжка поставок. При цьому важливо визначити та виявити вплив суспільно-географічних передумов та чинників. Зокрема, останні поділяються на дві групи – вимірювальні та невимірювальні. Реакція фірми щодо впливу (тиску) передумов в галузі розміщення може мати три варіанти: консервативний, компромісний та радикальний. Визначати оптимальну стратегію фірми щодо змін у розміщенні її виробничо-бізнесових структур слід на підставі розрахунку обсягів постійних та змінних витрат за альтернативними варіантами бізнесових стратегій з виходу на новий ринок.

1. Прокофьева Т.А., Лопаткин О.М. Логистика транспортно-распределительных систем: региональный аспект. – М., 2003.
2. Смирнов И.Г. Логистика: просторово-территориальный вимір. – К., 2004.
3. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії. – Львів, 2006.
4. Уотерс Д. Логистика. Управление цепью поставок: Пер. с англ. – М., 2003.
5. Смирнов И.Г. Логистика фірми: Procter & Gamble Ukraine // Логистика. Проблемы и решения. – 2006. – №1. – С.40-44.

Надійшла до редколегії 17.06.2007

УДК 911.3:33

М. Барановський, канд. геогр. наук

## МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЕПРЕСИВНИХ АГРАРНИХ ТЕРИТОРІЙ

*Розроблено загальний алгоритм дослідження депресивних аграрних територій, визначені головні методи, критерії та показники ідентифікації, аналізу та прогнозування розвитку проблемних територій сільської місцевості.*

*The general algorithm of the research of the depression agricultural territories is worked out, the main methods, criteria and indicators of identification, analysis and forecasting of problem territories, development of the country determined.*

**Постановка проблеми.** Вивчення різних типів проблемних територій, у т.ч. і депресивних, є складним науково-прикладним завданням, яке за останні роки набуло загальнодержавної ваги. Пошук стратегії соціально-економічного відродження депресивних територій має базуватися на глибокому аналізі їх виникнення, делімітації, механізмів формування. Кожен із зазначених етапів передбачає використання лише "своїх" методів дослідження, що ускладнює загальну системну

оцінку депресивних територій. Існуючі на сьогодні методичні підходи торкаються лише окремих фрагментів вивчення депресивних регіонів (наприклад, критеріїв їх діагностики), тоді як складність об'єкту дослідження потребує розробки чіткого загального алгоритму дослідження проблемних територій.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Методичні аспекти вивчення депресивних аграрних територій не знайшли належного відображення у наукових дослі-