

*Семчук Ж.В.,**д.е.н., доцент,**декан економічного факультету,  
Львівський університет бізнесу і права**Петрик І.В.,**к.е.н., доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,**Львівський університет бізнесу і права*

## ОСОБЛИВОСТІ ГАЛУЗЕВОЇ ПРИНАЛЕЖНОСТІ КЛІЄНТІВ ЛОГІСТИЧНИХ ФІРМ НА РИНКАХ УКРАЇНИ ТА ПОЛЬЩІ

**Анотація.** У статті розглянуто профіль клієнтів логістичних фірм із погляду їх приналежності до певної галузі. Складено анкету для визначення взаємодії логістичних фірм та їх клієнтів, у тому числі для визначення галузевої приналежності. Дані для аналізу отримано шляхом опитування менеджерів фірм та узагальнено у збірній анкеті. Галузеву структуру клієнтів логістичних фірм проаналізовано за допомогою АВС-аналізу.

**Ключові слова:** логістичні фірми, клієнт, анкетування, галузь діяльності, рівень обслуговування, АВС-аналіз.

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток інформаційних технологій та розширення вітчизняного та зарубіжного ринку послуг призвели до появи все більшої кількості фірм, що надають логістичні послуги. Ринок світової логістики в сучасному значенні цього терміну розвивався швидкими темпами починаючи з повоєнного періоду. Цей ринок представлений безліччю фірм, що пропонують широкий спектр послуг у масштабі країн чи континентів залежно від розповсюдження діяльності [6, с. 141–144].

На тлі прогресивного розвитку контрактної логістики, яка, з одного боку, викликана зростанням логістичного аутсорсингу з боку великого і середнього бізнесу в промисловості та торгівлі, глобалізацією світової економіки, а з іншого – забезпечена відповідним розвитком пропозиції професійних логістичних послуг із боку їх надавачів в умовах високої конкуренції між ними та прямування до максимально можливого адаптування цих послуг до індивідуальних потреб їх споживачів, постійно виникає необхідність в актуалізації цих потреб. При цьому важливо забезпечити певний баланс між індивідуальними вимогами клієнтів та рівнем уніфікації як одного з найбільш ефективних методів стандартизації у бізнес-відносинах для підвищення ефективності взаємодії контрагентів. Важливо також установити пріоритизацію таких вимог клієнтів, беручи до уваги їх типовий набір: ціну, якість, час, інноваційність, адаптивність, економічність. При цьому часто рейтинг вимог із боку клієнтів не співпадає з рейтингом їх виконання з боку надавачів логістичних послуг: високо оцінені вимоги клієнтів можуть бути недооцінені логістичними операторами, і навпаки. Виявлення таких «розривів» може слугувати джерелом як отримання тривалих конкурентних переваг, так і сферою поліпшення ефективності діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Більшість досліджень стосується ринку логістичних послуг у тій чи іншій країні, в окремих галузях транспорту, для окремих пакетів логістичних послуг. Водночас бракує досліджень перспектив-

ного спрямування, які б дали змогу створити майбутній профіль типового споживача, субординувати його переваги, а отже, спрямувати зусилля надавачів логістичних послуг щодо максимально можливої гармонізації виявлених переваг із цілями власного бізнесу.

Для умов економіки України історичний досвід останніх 25 років щодо розвитку ринку логістичних послуг не може гарантувати отримання об'єктивних (не хибних) оцінок перспективи, зважаючи на державну монополію в багатьох сферах логістичних послуг, високу корупцію та брак сучасних систем менеджменту. Нами обрано метод порівняльного аналізу анкетних даних ринку логістичних послуг двох країн: України та Польщі, близьких за багатьма макропараметрами (економічними, структурними, геологічними, кліматичними, демографічними тощо).

Дослідженню роботи логістичних фірм в Україні було приділено багато уваги вітчизняних науковців та економістів, таких як: Є. Крикавський [2; 5], М. Окландер [3], О. Шандрівська, В. Кузак, Н. Хтейн [6], Л. Малярець [7], Н. Чухнай [10] та ін. Питання ефективного функціонування логістичних підприємств не втратило своєї актуальності, а особливої уваги заслуговує розширення клієнтської бази в масштабі галузей.

**Мета статті** полягає у визначенні та пов'язанні тенденції галузевої приналежності споживачів фірм до вибору послуг логістичних фірм, а також формуванні шляхів підвищення рівня логістичних послуг для розширення галузевої бази клієнтів.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Предметом нашого дослідження є логістичні фірми Польщі та України, а також їх клієнти. Вибір країн для порівняння був зумовлений близькістю ринків збуту товарів та послуг, а також сусідством країн, що співпрацюють між собою у багатьох галузях. Для дослідження було обрано 50 логістичних фірм Польщі та 50 логістичних фірм України. Також було опитано 50 клієнтів логістичних фірм Польщі та 50 клієнтів логістичних фірм України. Вибір фірм був випадковим, не враховуючи масштабу діяльності, кількості наданих послуг та сфери діяльності [7, с. 84].

Опитування було проведено в 2017 р. серед юридичних осіб – суб'єктів господарювання, малих та середніх підприємств. Беручи до уваги специфіку діяльності фірм, була складена анкета. В анкетуванні бралися до уваги критерії, які можуть дати достатньо повну характеристику фірм: капітал, форма власності, величина доходу, кількість працівників, галузь діяльності, сфера логістичної діяльності тощо [5, с. 231].

Інформація, отримана з анкет, була надана фірмами анонімно, тому назви фірм у дослідженні не будуть згадуватися.

В анкетах було наведено по 18 запитань, на які анкетовані мали декілька варіантів відповідей, серед яких можна було вибрати більше ніж один варіант. Відповіді позначалися довільним символом в окремій колонці.

Були виділені такі галузі діяльності клієнтів: агропромисловий комплекс, машинобудування, металургія, транспорт, зв'язок, інформатика, освіта, наука, паливо, енергетика, відходне виробництво, будівництво, легка промисловість, харчова промисловість, деревообробна промисловість, туризм, готельний бізнес.

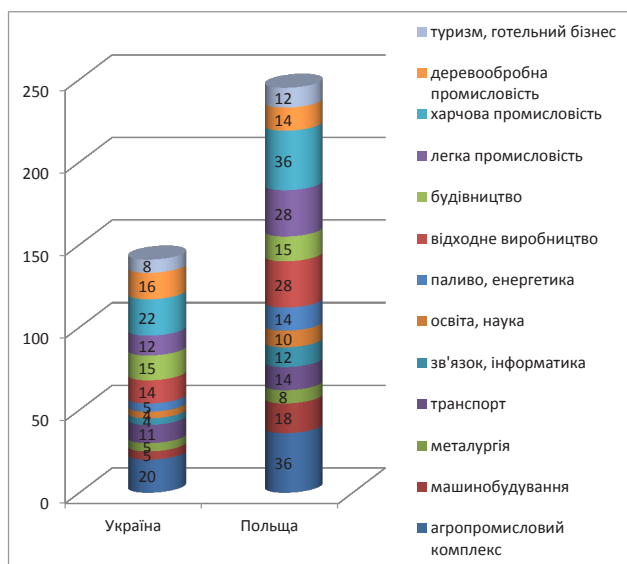


Рис. 1. Галузь діяльності клієнтів

Джерело: власне опрацювання авторів

Фірми, що діють в Україні, працюють у різних галузях. Найбільше фірм співпрацює із тими, що працюють у харчовій промисловості (22 фірми), агропромислового комплексу (20 фірм), деревообробній промисловості (16 фірм). Найменше фірм співпрацює з фірмами в галузі освіти та науки (4 фірми), а також інформатики і зв'язку (4 фірми) [4].

Логістичні фірми Польщі найбільше співпрацюють із фірмами агропромислового комплексу (36 фірм) та харчової промисловості (36 фірм), легкої промисловості (28 фірм). Найменше – з фірмами в галузі металургії (8 фірм) [1].

Якщо респонденти подають декілька варіантів відповідей на питання, то доцільно використати ABC-аналіз для виявлення груп відповідей, які найчастіше зустрічаються, а які – найменше. Поділимо розподіл частоти відповідей на три групи: А, В та С. Група А через велику кількість підтверджених респондентами відповідей досить сильно впливає на ступінь важливості цього елемента для респондента. Група С через відносно низьке значення співвідношення кількості відповідей респондента до кількості позицій в структурі слабо впливає на ступінь важливості цього елемента для респондента. Група В займає проміжне становище [2, с. 105–118].

Такий порядок поділу на групи є дещо суб'єктивним, і як доказ цього існують різноманітні оцінки розподілу.

Віднесення до груп А, В, С здійснюється за розрахунковим показником:

$$V_j = \frac{\sum_i C_{i,j} - \sum_i C_{i,j-1}}{\sum_i N_{i,j} - \sum_i N_{i,j-1}}, \quad (1)$$

де індекси  $j$  і  $j-1$  означають відповідно граничні значення цих показників двох суміжних груп (А і В; В і С). Для групи А значення показників з індексом  $j-1$  дорівнюють нулю. Інтервали цього показника відповідають такому:

Переважно утворення груп здійснюється у таких межах:  
 – група А:  $V_A > 3.0$ ; група В:  $0.7 \leq V_B \leq 3.0$ ; група С:  $V_C < 0.7$ , хоча більшість дослідників вважає, що в окремих випадках можна змінювати особливо значення верхньої межі.

Таблиця 1

Вихідні дані для ABC-аналізу відповідей логістичних фірм

Галузь діяльності	Україна	Польща
агропромисловий комплекс	20	36
машинобудування	5	18
металургія	5	8
транспорт	11	14
зв'язок, інформатика	4	12
освіта, наука	4	10
паливо, енергетика	5	14
відходне виробництво	14	28
будівництво	15	15
легка промисловість	12	28
харчова промисловість	22	36
деревообробна промисловість	16	14
туризм, готельний бізнес	8	12

Власне опрацювання авторів на основі джерел

Отже, група А відсутня, хоча, як видно з таблиці, такі галузі, як харчова промисловість, агропромисловий комплекс і деревообробна промисловість становлять разом більше 40% усіх галузей, що обслуговуються логістичними підприємствами України; група В:  $0.7 \leq V_B \leq 1.4$ ; група С:  $V_C < 0.7$  [8, с. 54–56].

Такого роду інформацію отримуємо для польських логістичних підприємств.

Отже, група А відсутня, хоча, як видно з таблиці, такі галузі, як агропромисловий комплекс, харчова промисловість, відходне виробництво і легка промисловість становлять разом більше 50% усіх галузей, що обслуговуються логістичними підприємствами Польщі; група В:  $0.7 \leq V_B \leq 1.0$ ; група С:  $V_C < 0.7$  [3, с. 125–136].

Порівнюючи роботу фірм в обох країнах, можна зробити висновок про те, що фірми в Польщі мають ширший спектр фірм різних галузей, з якими співпрацюють. Переважають серед клієнтів фірми в галузях легкої та харчової промисловості та агропромислового сектору, менше – в металургії, освіті, науці та інформаційних технологіях.

**Висновки.** Порівнюючи діяльність логістичних фірм в Україні та Польщі, можна стверджувати, що рівень їхньої діяльності є високим, масштаб діяльності та масштаб надаваних послуг є значними, кількість транспортних засобів та якість надаваних послуг великі. Клієнти логістичних фірм переважно задоволені якістю логістичних послуг, користуються ними часто, а також співпрацюють із перевіреними фірмами, але все ж такі логістичні фірми надто високо, на думку клієнтів, оцінюють якісь своїх послуг.

Порівнюючи логістичні послуги в обох країнах, можна стверджувати, що польські клієнти більш вимогливі до послуг та готові платити більше за якість. Краще розвинена тран-

АВС-аналіз галузей, що обслуговують логістичні підприємства України

№ з/п	Галузь	Частота відповідей	Позиції	Частка відповідей	Частка позицій	Нагромаджувальна частка відповідей	Нагромаджувальна частка позицій	Критерій поділу на групи ( $V_B$ )
11	харчова промисловість	22	1	15,60	7,69	15,60	7,69	2,03
1	агропромисловий комплекс	20	1	14,18	7,69	29,79	15,38	1,94
12	деревообробна промисловість	16	1	11,35	7,69	41,13	23,08	1,78
9	будівництво	15	1	10,64	7,69	51,77	30,77	1,38
8	відходне виробництво	14	1	9,93	7,69	61,70	38,46	1,34
10	легка промисловість	12	1	8,51	7,69	70,21	46,15	1,26
4	транспорт	11	1	7,80	7,69	78,01	53,85	1,20
13	туризм, готельний бізнес	8	1	5,67	7,69	83,69	61,54	1,11
2	машинобудування	5	1	3,55	7,69	87,23	69,23	0,46
3	металургія	5	1	3,55	7,69	90,78	76,92	0,46
7	паливо, енергетика	5	1	3,55	7,69	94,33	84,62	0,46
5	зв'язок, інформатика	4	1	2,84	7,69	97,16	92,31	0,44
6	освіта, наука	4	1	2,84	7,69	100,00	100,00	0,42
	Разом	141	13	100,00	100,00			

Власне опрацювання авторів на основі джерел

АВС-аналіз галузей, які обслуговують логістичні підприємства Польщі

№ з/п	Галузь	Частота відповідей	Позиції	Частка відповідей	Частка позицій	Нагромаджувальна частка відповідей	Нагромаджувальна частка позицій	Критерій поділу на групи ( $V_B$ )
1	агропромисловий комплекс	36	1	14,69	7,69	14,69	7,69	1,91
11	харчова промисловість	36	1	14,69	7,69	29,39	15,38	1,91
8	відходне виробництво	28	1	11,43	7,69	40,82	23,08	1,77
10	легка промисловість	28	1	11,43	7,69	52,24	30,77	0,96
2	машинобудування	18	1	7,35	7,69	59,59	38,46	0,88
9	будівництво-во	15	1	6,12	7,69	65,71	46,15	0,83
4	транспорт	14	1	5,71	7,69	71,43	53,85	0,81
7	паливо, енергетика	14	1	5,71	7,69	77,14	61,54	0,80
12	деревообробна промисловість	14	1	5,71	7,69	82,86	69,23	0,69
5	зв'язок, інформатика	12	1	4,90	7,69	87,76	76,92	0,67
13	туризм, готельний бізнес	12	1	4,90	7,69	92,65	84,62	0,64
6	освіта, наука	10	1	4,08	7,69	96,73	92,31	0,59
3	металургія	8	1	3,27	7,69	100,00	100,00	0,96
	Разом	245	13	100,00	100,00			

Власне опрацювання авторів на основі джерел

спортна інфраструктура в Польщі, тому там можна надавати ширший спектр послуг, ніж в Україні [10, с. 23–24]. Для підвищення рівня та якості логістичних послуг для розширення галузевої структури клієнтів в Україні більше уваги слід при-

діляти вивченню потреб клієнтів та підвищенню рівня обслуговування через упровадження гнучких платіжних систем та висококваліфікованої лояльності персоналу. Виклик для уряду полягає у тому, щоб поліпшити інфраструктуру, яка постача-

тими товарами у потрібному місці і в потрібний час [9, с. 143–146].

Оцінюючи загальну логістичну структуру в обох країнах, можна стверджувати, що логістичні послуги у Польщі набагато більш розвинені, ніж в Україні. Основні послуги, якими користуються клієнти, – транспортні. Україна має приєднатися до вдосконалення загальноєвропейського транспортного сектору, а також сектору логістичних послуг, який включає: підвищення енергоефективності транспортних засобів, розроблення та застосування екологічного палива; оптимізацію функціонування мультимодальних схем логістики, у тому числі за рахунок більш широкого використання транспортних засобів, що є більш ресурсозберігаючими; більш ефективне використання транспорту та інфраструктури за допомогою вдосконаленого управління трафіком та інформаційних систем; оптимізацію транспортної потужності для задоволення зростаючого попиту на поїздки до/з регіонів України та регіонів ЄС. Ці зміни допоможуть збільшити попит серед наявних галузей діяльності клієнтів та залучення клієнтів із малообслуговуваних галузей.

#### Література:

1. Główny Urząd Statystyczny Polski. URL: <http://stat.gov.pl/>.
2. Krykavskyy Y. In search of ways for the improvement of the existing supply chains. Current problems in management. University of Bielsko-Biala Press. Wydawnictwo Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej. 2017. P. 105–118.
3. Oklander M. Methodological approaches to logistic risk assessment / In book.: Innovativeness and entrepreneurship: monograph; edited by Ewa Bojar and Korneliusz Pylak. Lublin: Politechnika Lubelska, 2014. P. 125–134.
4. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
5. Маркетингові дослідження / Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, О.Б. Мних, О.А. Сорока. Львів: Львівська політехніка; Інтеллект-Захід, 2014. 288 с.
6. Логістичний менеджмент: практикум / О.Є. Шандрівська, В.В. Куязк, Н.І. Хтей; за наук. ред. Є.В. Крикавського; Нац. ун-т «Львів. політехніка». Львів: Львів. політехніка, 2014. 191 с.
7. Малярєць Л.М., Біляєва Г.Л. Формалізація задач контролінгу логістичної діяльності підприємства: монографія. Харків: ХНЕУ, 2015. 227 с.
8. Мороз Л.А., Чухрай Н.І. Маркетинг: Збірник вправ; за наук. ред. Л.А. Мороз. Львів: Львівська політехніка, 2017. 244 с.
9. Старостина А.О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. К.; М.; СПб.: Вільямс, 2016. 262 с.
10. Трансформація вартості у формуванні відносин «підприємство – клієнт»: монографія / ред. Є. Крикавського, Н. Чухрай. Львів: Львівська політехніка, 2013. 297 с.

#### Семчук Ж., Петрик И. Особенности отраслевой принадлежности клиентов логистических компаний на рынках Украины и Польши

**Аннотация.** В статье рассмотрен профиль клиентов логистических фирм с точки зрения их принадлежности к определенной отрасли. Составлена анкета для определения взаимодействия логистических фирм и их клиентов, в том числе для определения отраслевой принадлежности. Данные для анализа получены путем опроса менеджеров фирм и обобщены в сборной анкете. Отраслевая структура клиентов логистических фирм проанализирована с помощью ABC-анализа.

**Ключевые слова:** логистические фирмы, клиент, анкетирование, отрасль деятельности, уровень обслуживания, ABC-анализ.

#### Semchuk Zh., Petryk I. Peculiarities of indirect priority of clients of logistics firms in the markets of Ukraine and Poland

**Summary.** The article considers the profile of clients of logistics companies in terms of their belonging to a particular industry. The purpose of the article is to identify and link the trends of sectorial affiliation of consumer firms to the choice of logistics firms' services. A questionnaire was used to determine the interaction between logistics companies and their clients, including the definition of industry affiliation. Data for analysis were obtained through a survey of firm managers and summarized in the team questionnaire. The branch structure of clients of logistics firms was analyzed by means of ABC analysis.

**Keywords:** logistic firms, client, questionnaires, branch of activity, level of service, ABC-analysis.