

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

© Гурч Л.М., Ченчик А.М., 2008

Виконано теоретичний аналіз послуг на транспорті для ознайомлення із загальними поняттями, класифікацією та критеріями якості послуг. Проаналізовано український ринок транспортних послуг. Обґрунтовано способи вирішення проблем та недоліків, що виникають під час формування ринку в Україні.

The theoretical analysis of transport services is conducted for an acquaintance with the concepts of commons, classification and criteria of quality of services. The Ukrainian market of transport services is analysed. Ground ways of removal of problems and failings which arise up in the process of forming of market in Ukraine.

Постановка проблеми. У сучасних умовах переходу України до ринкової економіки є актуальним маркетингове дослідження ринку транспортних послуг, аналіз закономірностей, особливостей і проблем становлення цього ринку, визначення пріоритетних напрямків розвитку. Цей аналіз може бути корисний як учасникам ринку (перевізникам, експедиторам, логістичним операторам) та інвестиційним компаніям, так і науковцям.

Актуальність теми зумовлена тим, що нині доволі мало інформації щодо місткості, стану, тенденцій розвитку та ситуації, яка склалася на українському ринку транспортних послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як свідчить аналіз зарубіжної економічної літератури, міжнародний ринок транспортних послуг є сферою, яка відіграє значну роль в економічному розвитку багатьох країн світу, і проходить через процес фундаментальних змін, що здійснює вплив на його учасників та структуру їхніх правовідносин. Розвиток європейського ринку послуг на транспорті характеризується такими тенденціями:

- посилення впливу глобальних транспортно-логістичних компаній;
- продовження консолідації ринку;
- зростання ролі інформаційних технологій і системи передавання даних;
- прагнення до скорочення транспортного процесу та оптимізація витрат на його ділянках;
- впровадження нових підходів до маркетингу та зростання ролі інновацій.

З погляду світового досвіду і сучасних тенденцій розвитку глобального ринку транспортних послуг Україна нині на етапі формування і консолідації галузі, істотно поступаючись європейським країнам як за якістю, так і за комплексністю послуг, що надаються національними транспортними компаніями.

Формування цілей статті. Метою дослідження є аналіз українського ринку транспортних послуг, визначення його тенденцій, проблем формування та майбутніх перспектив.

Виклад основного матеріалу. Транспорт є ключовою ланкою соціально-економічної системи держави і належить до стратегічно важливих галузей національної економіки, без ефективної роботи якої неможливе подальше підвищення добробуту суспільства. Основні завдання транспорту – своєчасне, якісне та цілковите задоволення потреб галузей економіки та населення у перевезеннях, підвищення економічної ефективності його роботи. Пріоритетною ознакою національної транспортної політики є становлення національного ринку транспортних послуг. Транспортні

послуги потрібно розглядати як сукупність послуг, пов'язаних з фізичним переміщенням у просторі пасажирів, багажу та вантажів.

Зробивши аналіз літературних джерел, ми вирішили, що найправильнішим є визначення ФЗ "Про федеральний залізничний транспорт" від 20 липня 1995 р., що ринок транспортних послуг – це сфера здійснення перевезень пасажирів, вантажів, багажу, технічного обслуговування та ремонту транспортних засобів, допоміжних та інших видів робіт (послуг), пов'язаних із перевезеннями. Він існує в єдності з товарним ринком і є одним з його різновидів, що розвивається відповідно до загальних законів ринкової економіки. В міру ускладнення виробництва та забезпечення ринку товарами зростає й попит на транспортні послуги.

У 2008 році обсяг транспортно-логістичних послуг в Україні виросте на 12 % щодо 2007 року і досягне \$45 млрд. Це зростання відображає тенденцію бурхливого розвитку ринку транспортних послуг в Україні. Водночас основну роль на ринку відіграють міжнародні логістичні посередники. Виручка підприємств, що надають транспортні послуги, становить близько \$11-12 млрд. щорічно. А потенціал ринку оцінюється в \$50–80 млрд.

За січень-липень 2008 року підприємства транспорту України перевезли 416,3 млн. тонн вантажів, що на 7,8 % більше, ніж за аналогічний період минулого року. За цей час перевезено 2 844,1 млн. пасажирів, що на 5,7 % більше від аналогічного періоду.

Як повідомив ЛІГАБізнесІнформ в Міністерстві транспорту і зв'язку України, обсяг переробки вантажів в портах становив 78,952 млн. тонн, зокрема 31,876 млн. тонн – транзитні вантажі, що, відповідно, на 9,2 % і 2,5 % більше від січня–липня 2007 року. Послуг зв'язку за 7 місяців надано на суму 25,52 млрд. грн., з них населенню – 10,22 млрд. грн., що більше від аналогічного періоду минулого року, відповідно, на 17,3 % і 18,1 %. Обсяги робіт, виконаних дорожніми службами, в 1,2 раза перевищили показники 7 місяців 2007 року – роботи виконано на суму 3,1 млрд. грн. До державного бюджету за 7 місяців 2008 року підприємства транспорту і зв'язку сплатили майже 2,87 млрд. грн. – на 27 % більше ніж за січень–липень 2007 року (за статистичними даними Міністерства транспорту та зв'язку України).

За повідомленням генерального директора компанії Universal Development Леоніда Богданова потреба українського ринку в складських приміщеннях на найближчі 2–3 роки сягає близько 1 млн. кв. м щорічно. Порівняно з країнами Східної Європи в Україні дефіцит складських площ з розрахунку на 1000 населення на порядок вище.

Донедавна більшість транспортних підприємств виконували тільки операції перевезення, не турбуючись про надання спектра інших послуг. Проте нові економічні умови, формування ринку транспортних послуг, поява та посилення конкуренції між підприємства транспорту спонукають до активного вивчення досвіду функціонування транспорту країн з ринковою економікою. Поняття "послуга транспорту" починає широко використовуватися в практиці організації та планування роботи транспорту.

Особливості діяльності щодо надання послуг зводяться до таких положень:

• послуги не можуть існувати поза процесом їхнього надання (вони не можуть накопичуватися);

• продаж послуг – це фактично продаж самого процесу праці, тому якість послуг визначається якістю самого процесу праці;

• послуги являють собою конкретну споживчу вартість тільки в певний час і в конкретному місці чи напрямі, що істотно обмежує можливість їхніх заміन на ринку послуг;

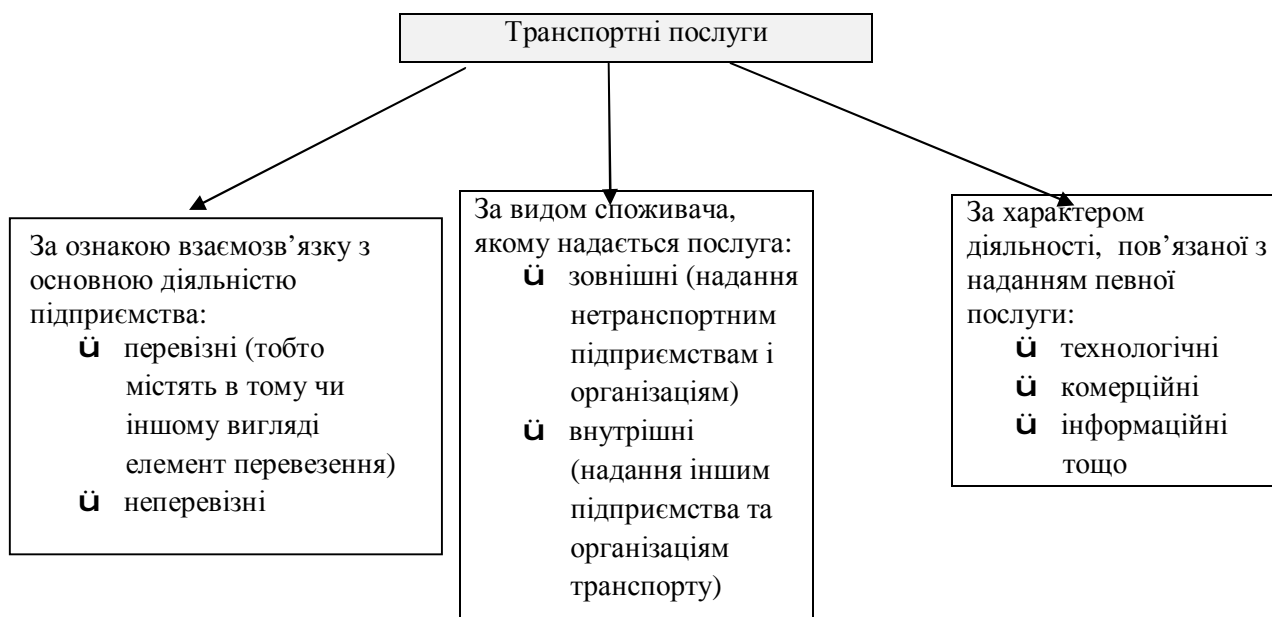
• послуги транспорту належать до послуг, що завершують процес матеріального виробництва.

Послуга транспорту визначається як підвид діяльності транспорту, що спрямований на задоволення потреб людей і характеризується наявністю необхідного технологічного, економічного, інформаційного, правового та ресурсного забезпечення.

До транспортних послуг належать:

- перевезення вантажів та пасажирів;
- навантажувально-розвантажувальні роботи (навантаження, розвантаження, перевантаження, внутрішньоскладські операції, пересадка пасажирів);
- зберігання вантажів;
- сервісне обслуговування транспортних засобів;
- підготовка засобів, якими здійснюються перевезення;
- надання засобів, якими здійснюються перевезення, на умовах оренди чи прокату;
- переганяння (доставка) нових та відремонтованих транспортних засобів тощо.

Аналіз робіт таких відомих вітчизняних та зарубіжних спеціалістів, як В.І. Арсенев, Б.В. Артамонов, Р.Л. Губерман, П.В. Куренков, Л.В. Мазо, С.В. Милославська, К.І. Плужников, О.В. Соколова, К.В. Холопов та інших, дає змогу запропонувати класифікацію транспортних послуг (рисунок).



Класифікація транспортних послуг

В умовах докорінного реформування економіки України необхідна виважена державна транспортна політика, яка враховувала б особливості галузі та її роль у процесах економічних і соціальних перетворень. Для створення ефективної системи правового регулювання ринку транспортних послуг потрібно почати з формулювання та закріплення основних положень національної транспортної політики, а також на законодавчому рівні закріпити визначення основних понять “національна транспортна політика”, “ринок транспортних послуг”, “транспортні послуги”, необхідно удосконалювати законодавчу базу та змінювати її відповідно до економічного розвитку країни, цим самим забезпечуючи правове регулювання відносин на транспорті.

Існує два напрямки в області організації транспортних послуг:

- пристосування асортименту запропонованих послуг до специфічних потреб клієнтів;
- активне формування попиту на послуги транспорту з метою прибуткової реалізації уже запроваджених.

Визначальним елементом транспортного ринку є клієнт (відправник – отримувач вантажів), який диктує транспортному підприємству умови транспортного обслуговування. Найголовніші критерії, які визначають поведінку споживача послуг перевезення вантажів: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надаються підприємством, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу.

Коли споживач оцінює якість послуг, він порівнює фактичні величини параметрів якості з тими, які очікував, і якщо вони збігаються чи є близькими, то якість вважається задовільною. Споживчі очікування клієнта транспортних послуг ґрунтуються на таких параметрах:

- мовних комунікаціях (чутках), тобто на інформації про послуги, яку споживачі послуг передають один одному;
- власних потребах (власних уявленнях клієнта щодо якості, його запитах);
- минулому досвіді, тобто на подібних послугах, що надавалися йому в минулому;
- зовнішніх комунікаціях, які надходять через засоби масової інформації: радіо, телебачення, пресу.

Дослідження попиту на транспортні послуги свідчить про те, що однією з головних вимог клієнтів до роботи транспорту є своєчасність відправки та доставки вантажів. Пов'язано це з прагненням більшості вантажовласників до зменшення запасів як в сфері виробництва, так і в сфері обороту, оскільки їх затрати на утримання запасів становлять по деяких галузях 20 % і більше від вартості продукції, що випускається. Відсутність гарантії своєчасної доставки чи відправки потрібного вантажу, можливість відмови чи неодноразового відкладення заявки на перевезення були характерними особливостями системи роботи транспорту, що склалися у нас в країні.

До критеріїв, які визначають попит на послуги, належать: рід вантажів та обсяг перевезень; розміри території, що обслуговується; номенклатура товарів, що перевозяться; регулярність вантажопотоків; час доставки; рівень тарифів; необхідність зберігання товарів (технологічного простою-пересадки) в циклі доставки; юридичний стан відправника чи одержувача (підприємство чи приватна особа).

Характеризуючи конкурентну ситуацію на транспортному ринку, варто сказати, що в умовах ринкової економіки конкуренція набуває якісно нових рис, оскільки тепер усі види транспорту розвиваються за рахунок власних джерел фінансування. За таких умов ринку кожне підприємство, що надає транспортні послуги, повинне вміти оцінювати рівень своєї конкурентоздатності і своєчасно вживати заходи щодо запобігання збитковості та банкрутству. Постійне збільшення якості транспортного обслуговування разом із зростанням обсягів перевезень позитивно відображається на конкурентоздатності підприємств на ринку транспортних послуг. Конкуренція на ринку транспортних послуг у зв'язку з виникненням безлічі дрібних приватних компаній та активним освоєнням східного напрямку перевезень іноземцями у поєднанні з жорсткою податковою політикою і подорожчанням ресурсів поставили транспортні компанії перед необхідністю мобілізувати всі внутрішні резерви. Очевидним є те, що ефективна діяльність транспортних компаній вже неможлива без широкого використання інформаційних технологій і персональних комп'ютерів. Незважаючи на проблеми, пов'язані з упровадженням інформаційно-комп'ютерних технологій, цей процес необхідний і, більш того, неминучий. Це зумовлено зростаючим обсягом даних, які підлягають обробці. Звичайними, традиційними способами вже не вдасться з цього потоку отримати всю корисну інформацію і використовувати її для управління підприємством. Визначальним чинником у управлінні стає швидкість обробки даних і отримання потрібних відомостей.

Основні чинники, що впливають на формування конкурентного середовища на ринку транспортних послуг, виділено у табл. 1.

Найвищий рівень конкуренції спостерігається в сегменті транспортно-експедиторських послуг, що пов'язано з великою кількістю компаній, що працюють в сфері організації вантажоперевезень, і досягненням відносного балансу між попитом і пропозицією на ринку.

Ідентифікація потреби в транспортному обслуговуванні ґрунтується на принципі сегментації послуг, тобто групування споживачів відповідно до тих чи інших критеріїв обслуговування. На ринку руху товарів та їх доставки споживачам можна виділити два сегменти обслуговування, тобто дві групи покупців. Перша зосереджує свою увагу на постачанні товарів (термінах та інтенсивності, повноті замовлення); друга – віддає перевагу зв'язкам з постачальниками, якості комунікацій та легкості замовлення.

Чинники, що впливають на конкурентне середовище ринку транспортних послуг

Зовнішні:	Внутрішні:
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Зміна структури попиту у напрямі підвищення комплексності та якості послуг, що надаються 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Темпи зростання ринку в умовах поживлення економіки і збільшення споживчого попиту
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Підвищення інвестиційної привабливості галузі, особливо в сегменті складських послуг 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Нерівномірність розвитку окремих сегментів і слабка географічна диверсифікація послуг, що надаються
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Розвиток транспортної інфраструктури, зокрема за рахунок перенаправлення капіталу з інших галузей 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Непрозорість, інформаційна закритість підприємств, відсутність (за рідкісним винятком) достовірної економічної інформації про діяльність компаній
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Зростання зацікавленості інвестиційних компаній і промислових холдингів, що володіють значними фінансовими коштами, в розширенні своєї присутності на ринку транспортних послуг 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Фрагментарність, наявність великої кількості дрібних компаній ∅ Недостатня кількість власних засобів для розвитку бізнесу у українських транспортних компаній
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Визначальний вплив державного регулювання на формування ринку у сфері тарифікації, відсутність механізмів держпідтримки вітчизняних компаній. 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Тенденція до об'єднання українських компаній, прискорення формування великих транспортно-логістичних холдингів, характерних для початку консолідації ринку.

Основними сегментами транспортно-логістичного ринку є:

- вантажоперевезення та транспортно-експедиторські послуги;
- комплексні логістичні послуги, до яких належать послуги збереження та дистрибуції товарів;

- управлінська логістика, зокрема й послуги з оптимізації логістичних бізнес-процесів.

До ключових параметрів якості транспортного обслуговування споживачів належать:

- час від отримання заявки на перевезення до доставки;
- надійність та можливість доставки за вимогою;
- наявність запасів, стабільність постачання;
- повнота та ступінь доступності виконання замовлення;
- зручність розміщення та підтвердження замовлення;
- об'єктивності тарифів та регулярність інформації щодо затрат на обслуговування;
- можливість надання кредитів;
- ефективність переробки вантажів на складах;
- якість упаковки, а також можливість виконання пакетних та контейнерних перевезень.

Чіткість обслуговування споживачів послуг характеризується тривалістю циклу обслуговування, який вимірюється часом від отримання заявки до її виконання.

Діяльність посередників у сфері транспортних послуг спрямована на виконання таких функцій: постачання маркетинговою інформацією, налагодження контактів зі споживачами послуг, підписання договорів, адаптація послуг до потреб споживачів, забезпечення складами та експедиційними послугами в разі потреби, фінансування, розподіл ризику.

Кожне підприємство, що надає транспортні послуги та працює в ринкових умовах, повинно розробити власну цінову політику – систему поглядів, принципів і концепцій щодо ціноутворення і використання тарифів, яка характеризується здатністю до адаптації та самовдосконалення.

Щодо перевезень, які є одними з різновидів транспортних послуг, то вони поділяються на декілька видів: автомобільні перевезення, залізничні перевезення, перевезення водним транспортом, авіаперевезення. Автомобільні перевезення в Україні є одним з найпопулярніших видів доставки вантажів серед решти видів вантажоперевезень. Вантажні автоперевезення, які здійснюються бортовим і тентованим транспортом різної вантажопідйомності, є найуніверсальнішими видами вантажоперевезень, оскільки доставка вантажу здійснюється за принципом “від дверей до дверей”. Вантажоперевезення повинні здійснюватися за оптимальним маршрутом, а для такої країни, як Україна, це дуже важливо. Кожне автотранспортне підприємство перебуває в умовах, що постійно змінюються, тому необхідний всебічний і ретельний аналіз ринку транспортних послуг. Необхідно розрізнити поняття перевезення та автотранспортної послуги: перевезення – це основна послуга, товар автотранспортного підприємства, тоді як автотранспортна послуга з погляду маркетингу є також сервісною послугою.

Сегментування ринку автотранспортних послуг описується таким алгоритмом: аналіз вимог потенційних клієнтів до послуг АТП; формування однорідних груп клієнтів, які ставлять схожі вимоги до автотранспортних послуг, що надаються; дослідження технологічного чи виробничого процесу, виявлення можливостей його удосконалення; оцінка конкурентоспроможності послуги; розробка маркетингових програм для основних сегментів ринку; оцінка економічного результату формування сегмента і реалізації маркетингової програми.

Конкурентоспроможністю автотранспортної послуги називається комплекс споживачьких та вартісних характеристик послуги, що зумовлює її переваги для клієнтури порівняно з аналогічними послугами інших автотранспортних підприємств.

Діяльність автотранспортного підприємства, оснований на маркетинговій концепції управління, як правило, здійснюється за одним чи за кількома напрямками: збільшення обсягів реалізації автотранспортних послуг на ринках в результаті активізації маркетингової діяльності за рахунок залучення нових клієнтів, тарифного маневрування, удосконалення організації перевезень тощо; розширення кількості та розмірів ринку збуту автотранспортних послуг через розвиток парку рухомого складу, створення філіалів та зупинок в сусідніх регіонах; розробка, пропонування та реалізація нових автотранспортних послуг тощо.

Висновки. Аналіз ринку транспортних послуг допоміг виявити недоліки становища на ринку й окреслив можливості і шляхи поліпшення та вдосконалення його стану.

У наш час транспорт починає відігравати ключову роль в системі товароруку. Можна передбачити, що в майбутньому техніко-експлуатаційні особливості окремих видів транспорту будуть забезпечувати надійне становище на ринку транспортних послуг сучасних транспортних компаній, особливо в умовах підвищеного попиту на перевезення вантажів мілкими відправками, що, своєю чергою, прискорить розвиток автоматизованої обробки вантажів, контейнеризації та пакетизації, а також інформатики в галузі вантажної та перевізної роботи.

Стан транспортної інфраструктури не забезпечує єдності транспортної системи, що є однією з головних причин низької якості транспортних послуг, наданих під час транспортування пасажирів та вантажів. На сучасному етапі виникла нова сукупність взаємопов'язаних проблем забезпечення комплексного розвитку та раціонального функціонування різних видів транспорту України.

З погляду світового досвіду і тенденцій розвитку глобального ринку транспортних послуг, Україна нині на етапі формування і консолідації галузі, істотно поступаючись країнам Західної Європи як за якістю, так і за комплексністю послуг, які надаються національними транспортними компаніями.

За заявою міністра транспорту Україна втрачає ринки транспортних послуг. Сьогодні 18–20 % загального обсягу експорту послуг припадає на транспортні послуги. Але цей показник може значно зменшитися унаслідок недостатнього фінансування галузі з бюджету і законодавчої

неурегульованості питань, пов'язаних з розвитком України як транзитної держави. Підприємства транспорту щорічно виплачують до державного бюджету близько 1,9 млрд. грн. податків і платежів, отримуючи з бюджету близько 650 млн. грн. Внаслідок недостатнього фінансування на автомобільному транспорті практично повністю припинилося оновлення рухомого складу, середній вік експлуатації якого досягає 15 років, це удвічі перевищує нормативний термін. Близько 70 % наявних в Україні автобусів необхідно замінити, оскільки вони фізично та морально застарілі і строк їхньої експлуатації закінчився. Авіаційний транспорт практично не розвивається. На це впливає висока вартість літаків та відсутність коштів у вітчизняних авіакомпаній.

Подальший розвиток українського ринку транспортних послуг, зміна конкурентних умов на ринку будуть безпосередньо залежати від факторів зовнішнього та внутрішнього порядку (табл. 2).

Таблиця 2

Фактори, що впливають на розвиток українського ринку транспортних послуг

Зовнішні:	Внутрішні:
<ul style="list-style-type: none"> ∅ Динаміка глобальної торгівлі та індустрії ∅ Розширення Європейського Союзу та приєднання України до нього ∅ Збільшення торгівлі з Китаєм та зростання потреб у створенні нових транспортних коридорів, включаючи транзитні перевезення вантажів по території України ∅ Глобалізація діяльності транснаціональних корпорацій і західних роздрібних сіток ∅ Експансія міжнародних транспортних компаній 	<ul style="list-style-type: none"> ∅ Досягнення високого темпу економічного зростання ∅ Збільшення обсягів експортно-імпортних операцій та зміна структури зовнішньої торгівлі ∅ Позитивна динаміка промислового виробництва і роздрібного товарообороту ∅ Зрушення в структурі попиту на транспортні послуги ∅ Темпи консолідації ринку транспортних послуг ∅ Стан транспортної інфраструктури і динаміка інвестицій в галузь

Транспортний комплекс України в наш час в умовах різкого зростання частки міжнародних перевезень в загальному обсязі перевезень потребує серйозної реструктуризації та оновлення основних фондів, удосконалення технології перевезень і підвищення якості транспортно-експедиційних послуг відповідно до вимог ринкової економіки, європейських та світових стандартів якості у цій галузі.

Для усунення головної причини критичного стану транспортної системи України та її подальшого розвитку на інноваційній основі необхідно сформулювати державну політику, орієнтовану на забезпечення транспортного сектору інвестиційними ресурсами з метою його комплексного розвитку.

1. Збірник наукових праць НТУ "Вісник". – Ч. 1, 2. – К., 2007. 2. Транспортний сектор економіки України: тенденції та проблеми розвитку / Економіст. – № 6, червень 2007. 3. Транспорт / Економіст. – № 7, липень 2008. 4. Актуальні проблеми правового регулювання ринку транспортних послуг / Правовий тиждень. – № 30–31(103–104), 22 липня 2008 р. 5. Беспалов Р. Транспортная логистика. Новейшие технологии построения эффективной системы доставки. – М.: Книга. 2008. 6. Холяк В. Г. Рынок транспортных услуг: Учебн. пособие. – Тюмень, ТюмГНГУ, 2002. 7. Білокобила Є., Яцківський Л. Основи маркетингу: Навч. посібник. – К., 2006. 8. Консалтинговая компания "Амико". Маркетинговое исследование: "Российский рынок транспортно-экспедиционных услуг". 9. Статистичні дані Міністерства транспорту і зв'язку України.