

О. Є. Шандрівська, В. В. Кузяк, В. А. Шандрівський
Національний університет "Львівська політехніка",
кафедра маркетингу і логістики

ДОСЛІДЖЕННЯ СЕГМЕНТУ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ ВАНТАЖІВ В УКРАЇНІ З ВИКОРИСТАННЯМ МЕТОДІВ МАТЕМАТИЧНОЇ СТАТИСТИКИ

© Шандрівська О. Є., Кузяк В. В., Шандрівський В. А., 2015

Досліджено сегмент експрес-доставки вантажів та проблеми їх розвитку в Україні: актуальність та чинники розвитку сегменту "СЕР"; основні структурні показники діяльності суб'єктів господарювання в сфері транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності; обсяг та структуру наданих послуг підприємствами пошти та зв'язку; рівень доходів підприємств від надання послуг пошти та зв'язку тощо. Проаналізовано проблеми розвитку сегменту "СЕР" та надано рекомендації щодо удосконалення їх діяльності (запроваджувати методи нецінової конкуренції, подальше поглиблення спеціалізації/диверсифікації (залежно від умов розвитку) та застосування прогресивних форм обслуговування споживачів з врахуванням факторів комплексності постачання, обсягу надання додаткових послуг, прямих довготермінових зв'язків). Розглянуто чинники сприяння діяльності надавачів послуг експрес-доставки (техніко-технологічні: оптимізація маршрутів перевезень вантажів, удосконалення систем оброблення та перевезення вантажів, механізація та автоматизація у сфері виробництва, застосування сучасних інфокомунікаційних технологій; організаційні: вдосконалення організаційних структур управління та перерозподіл функціональних обов'язків, покращення організації виробництва і праці; економічні: уніфікація та стандартизація існуючих послуг на засадах структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів, економічне стимулювання щодо забезпечення надання високоякісних послуг).

Ключові слова: сегмент "СЕР", експрес-доставка вантажів, дослідження та тенденції розвитку сегменту експрес-вантажів

O. E. Shandrivska, V. V. Kuziak, V. A. Shandrivskiy
Lviv Polytechnic National University
Department of Marketing and Logistics

RESEARCH OF EXPRESS FREIGHT SERVICES IN UKRAINE BY METHODS OF MATHEMATICAL STATISTICS

© Shandrivska O. E., Kuziak V. V., Shandrivskiy V. A., 2015

In this work the market segment of express cargo delivery and the following problems of its development in Ukraine are researched: topicality and factors of express freight development; basic structural indicators of businesses in transporting, warehousing, postal and courier activities; volume and structure of services provided by enterprises of mail and communications; the level of income of companies providing post and communication services etc. The problems of the express freight and recommendations for improvement of their activities (implementing methods of non-price competition, further deepening specialization/diversification (depending on the conditions of development) and the application of progressive forms of customer service, taking into account the complexity of the supply

factors, the amount of additional services, direct long-term bonds). The following factors promoting the activities of express delivery service providers (technical and technological) are considered: cargo route optimization, improvement of processing and transportation systems, mechanization and automation in manufacturing, the use of modern information and communication technologies. The considered organizational factors are: improvement of organizational management structures and redistribution of functional responsibilities, improvement of production and labor. Among economic factors there are: harmonization and standardization of existing services on the basis of structuring service quality indicators and quantitative determination of parameters, establishment of regulatory quality levels of forwarding cargoes, economic incentives to ensure the provision of high quality services).

Key words: express freight, research and development, trends of express cargo segment

Постановка проблеми

Результати виробничо-господарської діяльності вітчизняних товаровиробників зазнали значного погіршення завдяки військовим діям на Сході країни, економічній кризі в державі та таких її проявів, як знецінення вітчизняної валюти, падіння обсягів промислового виробництва, зменшення споживчого попиту, загострення проблем імпортозаміщення тощо та суттєво залежать від процесів глобалізації ринків і глобалізації виробництва. Процеси глобалізації та пов'язані з нею розвиток інформаційних, телекомунікаційних та транспортних технологій, створення глобальних електронних ринків формують умови щільної конкуренції у виробничій сфері та сфері послуг. Зазначені чинники суттєво впливають на рівень стабільності локальних і регіональних ринків логістичних послуг в Україні.

Очікування споживачів на ринку логістичних послуг, які рухаються в бік самовираження, ускладнюють їхні вимоги до надавачів логістичних послуг, зокрема до специфіки поставок окремих типів вантажів, часового фактору поставки та ін. У зв'язку із цим розвиток сегменту експрес-доставки вантажів та його дослідження у цій роботі видається вельми актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Теоретико-методологічними положеннями формування та розвитку ринку логістичних послуг в Україні займалися такі вітчизняні науковці, як Є. Крикавський, М. Григорак, Н. Чухрай, О. Амеліницька, О. Князева та ін. Цю проблему також висвітлено у працях закордонних науковців: Д. Бауерсокса, Дж. С. Джонсона, Д. Ф. Вуд, Д. Л. Вордлоу, П. Р. Мерфі-мол., Д. Уотерса, Майкла Р. Ліндерса, Е. Харольда Фірона, М. Крістофера, Г. Зоммерера, а також у працях російських дослідників: А. Альбекова, А. А. Колобова, Л. Б. Міротіна, В. И. Сергєєва та ін. Складові організаційно-економічного механізму управління якістю послуг поштового зв'язку як структурного елемента сегменту "СЕР" досліджувала І. В. Станкевич. Проте питання специфіки поставок окремих видів вантажів та особливих вимог щодо їх доставок, теоретичні засади формування систем логістично орієнтованого управління ланцюгами поставок експрес-вантажів висвітлено недостатньо. Ця праця є продовженням дослідження структурних елементів ринку логістичних послуг в Україні (після дослідження сегменту транспортно-експедиційних послуг), попередньо проведених автором [1].

Постановка цілей

Цілями статті є представлення результатів дослідження сегменту експрес-доставки вантажів та проблем їх розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу

Урізноманітнення потреб клієнтів, які рухаються в бік самовираження, продиктовані пропозицією товарів, які надмірно задовольняють потреби клієнтів, тобто понад їх функціональне призначення. Формуються перенасичені ринки, мета пришвидшення обороту капіталу диктує

необхідність скорочення життєвих циклів товару, провокує моральне старіння товарів першого та другого роду, ініціює інноваційну гонку, загострює конкуренцію на ринку. Урізноманітнення потреб клієнтів є викликом маркетингу сучасності і розширенням сфер застосування логістики, яка забезпечує доставку товару до місць призначення. Індивідуалізація замовлення та пропозиція послуг з використанням електронної торгівлі, на яку припадає до 8 % у загальній структурі продажу роздрібними каналами розподілу продукції, сприяє його подрібненню, веде до зростання кількості замовлень та скорочення термінів виконання замовлень споживачів.

Створення гнучких автоматизованих виробництв, що зробило рентабельним виробництво продукції та поставки вантажів дрібними партіями, поглиблення структурування специфіки поставок окремих видів вантажів, термінальне та митне оформлення вантажів, велике коло учасників в ланцюгу поставок, розвиток засобів передавання даних, уніфікація правил та норм зовнішньоекономічної діяльності, стандартизація параметрів технічних засобів у різних країнах, особливі умови поставки, пов'язані зокрема з терміновістю тощо, окреслило важливість дослідження такого виду вантажу, як малогабаритні вантажі (вагою до 30 кг), обслуговування яких є компетенцією надавачів послуг експрес-доставки вантажів (протягом 1–4 днів). За даними офіційної статистики, цей сегмент ринку логістичних послуг (сегмент “СЕР” – аббревіатура від “кур’єрська діяльність”, “експедиція”, “пошта”) оцінюється у близько 217 млрд. доларів США, темпи зростання становлять 25–30 % щорічно, при цьому 80 % обсягу ринку формують чотири найбільші логістичні оператори. Якщо місткість ринку транспортно-логістичних послуг перевищує \$6 трлн., то частка, яка припадає на сегмент поставок експрес-вантажів, становить близько 3,62 %. Поряд із наданням послуг підприємствами пошти та зв'язку загального користування щодо відправлення газет, журналів, листів, телеграм та посилок, які виокремлює Державна служба статистики ще з радянських часів, інформацію щодо кур’єрської діяльності ця служба опрацьовуює від 2006 року.

Аналіз надання послуг в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за 2010–2012 рр. (табл. 1) підказав, що частка валової доданої вартості у структурі надання послуг становить близько 50 %, що дуже цінно для логістичної діяльності.

Таблиця 1

Структура надання послуг у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за 2010–2012 рр., млн. грн. [3]

Рік	Випуск	Проміжне споживання	Валова додана вартість	Частка валової доданої вартості від випуску, %
2010	169526	82257	87269	51,48
2011	215666	107543	108123	50,13
2012	222425	118556	103869	46,70

Про фактично освоєні обсяги капітальних інвестицій в сегменті СЕР свідчать дані табл. 2., згідно з якими індекси капітальних інвестицій у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності за період 2011/2010 рр. та 2012/2011 рр. мали позитивну тенденцію (114,7 % та 115,3 %), проте у 2013 р. відносно 2012 р. різко зменшився до 56,4 %. Мізерну частку у структурі капітальних інвестицій у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур’єрської діяльності займає інвестування у поштову та кур’єрську діяльність (близько одного відсотка).

Таблиця 2

Капітальні інвестиції в сегменті СЕР за 2010–2013 рр., млн. грн. [3]

Показник	2010	2011	2011/ 2010	2012	2012/ 2011	2013	2013/ 2012
Транспорт, складське господарство, поштова та кур’єрська діяльність (А), в.т.ч.:	19592	25977	114,7	32808	115,3	18833	56,8
– поштова та кур’єрська діяльність (В)	125	151	112,8	386	252,1	212	54,0
Частка В від А, %	0,64	0,58	-	1,18	-	1,13	-

Виокремлення структури експорту та імпорту послуг поштової та кур'єрської служби згідно із офіційною статистикою відбулось у 2013 р. і становило 44,6 та 15,3 млн. дол. США відповідно. У структурі транспортних послуг експорт та імпорт послуг поштової та кур'єрської служби становили 0,54 % та 0,79 % відповідно (табл. 3).

Таблиця 3

**Структура експорту та імпорту послуг поштової
та кур'єрської служби, 2013 р., млн. дол. США [3]**

Показники	Експорт	Частка у загальному обсязі, %	Імпорт	Частка у загальному обсязі, %
Транспортні послуги, в т.ч. (С):	8305,8	56,0	1716,4	22,6
– послуги пошти і кур'єрської служби (D)	44,6	0,5	15,3	0,9
Частка D від С, %	0,54	-	0,89	-

Діяльність суб'єктів господарювання в сегменті “СЕР” згідно офіційної статистики можна оцінити лише у складі транспорту та складського господарства, які наведені у табл.4.

Таблиця 4

**Основні структурні показники діяльності суб'єктів
господарювання в сфері транспорту, складського господарства, поштової
та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. [2, с. 296; 3, с. 30]**

Показники	2010	2011	2012	2013	2013/ 2010
Кількість суб'єктів господарювання, разом, тис. од., зокрема, %:	145,9	99,9	87,3	92,3	0,6327
– підприємства	9,3	14,8	17,7	18,1	-
– фізичні особи-підприємці	90,7	85,2	82,3	81,9	-
Кількість зайнятих працівників, разом, тис. осіб, зокрема, %:	1133,0	1087,1	1087,4	1061,4	0,9368
– підприємства	82,0	84,9	86,2	85,7	-
– фізичні особи-підприємці	18,0	15,1	13,8	14,3	-
Кількість найманих працівників, разом, тис. осіб, зокрема, %:	996,7	997,8	1009,0	982,3	0,9856
– підприємства	92,8	92,1	92,2	92,3	-
– фізичні особи-підприємці	7,2	7,9	7,8	7,7	-
Обсяг реалізації продукції, разом, млн. грн., зокрема, %:	160170,2	200477,7	228906,6	225723,0	1,4093
– підприємства	89,8	92,2	92,7	92,3	-
– фізичні особи-підприємці	10,2	7,8	7,3	7,7	-
Кількість підприємств, од., зокрема, %:	13603	14792	15472	16707	1,2282
– великі підприємства	0,3	0,2	0,2	0,2	-
– середні підприємства	9,1	8,7	8,4	7,6	-
– малі підприємства	90,6	91,1	91,4	92,2	-
з них мікропідприємства	69,0	70,0	70,3	73,4	-
Обсяг реалізації продукції, млн. грн., зокрема, %:	143791,5	184764,3	212299,8	208337,8	1,4489
– великі підприємства	60,9	62,3	58,0	58,2	-
– середні підприємства	28,5	26,5	28,7	28,0	-
– малі підприємства	10,6	11,2	13,3	13,8	-
з них мікропідприємства	3,2	3,7	4,2	4,7	-

Як видно з табл.4, кількість суб'єктів господарювання в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. знизилась на 36,73 %, що зумовлено тенденціями подальшої консолідації в галузі та поглинанням підприємств (з 13233 тис. од. до 7559 тис. од. за 2010–2013 рр.).

За період 2010 – 2013 рр., незважаючи на тенденції зменшення кількості зайнятих працівників (на 6,32 %) та найманих працівників (на 1,44 %), обсяг реалізованої продукції підприємствами та фізичними особами-підприємцями зріс на 40,93 %.

Хоча в структурі підприємств галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за їх розмірами (табл. 4) найбільшу частку становлять малі підприємства (90,6 % – у 2010 р. та 92,2 % у 2013 р.) та з них мікропідприємства (69,0 % – у 2010 р. та 73,4 % у 2013 р.), а найменшу частку – великі підприємства (0,3 % – у 2010 р. та 0,2 % у 2013 р.), найбільшою є частка в обсязі реалізованої продукції великих підприємств (60,9 % – у 2010 р. та 58,2 % у 2013 р.) та середніх підприємств (28,5 % – у 2010 р. та 28,0 % у 2013 р.).

Фінансові результати до оподаткування в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр. наведено в табл. 5. Хоча за аналізований період понад половини підприємств отримали прибуток (54,6 % підприємств з фінансовим результатом 10387,7 млн.грн. у 2010р.; 63,1 % підприємств з фінансовим результатом 9814,8 млн.грн. у 2013 р), фінансові результати свідчать про загальну негативну тенденцію – від 8741,4 млн. грн. у 2011 р. до 2470,1 млн. грн. у 2013 році.

Таблиця 5

Фінансові результати до оподаткування в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр., млн. грн. [2; 3]

Рік	Фінансовий результат	Підприємства, які одержали прибуток		Підприємства, які одержали збиток	
		Частка у загальній кількості підприємств, %	Фінансовий результат	Частка у загальній кількості підприємств, %	Фінансовий результат
2010	5058,9	54,6	10387,7	45,4	5328,8
2011	8741,4	63,4	15692,2	36,6	6950,8
2012	7524,9	61,8	13946,5	38,2	6421,6
2013	2470,1	63,1	9814,8	36,9	7344,7

Відомо, що балансова вартість активів підприємств, які забезпечують логістичні процеси в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, є доволі високою (371344,4 млн. грн. на кінець 2013 р.), адже утримання власних складів й автогосподарств вимагає значних витрат і ефективного управління. Як свідчать дані табл. 6, на необоротні активи припадає 66,38 % проти 33,59 % оборотних активів на кінець 2013 року.

Таблиця 6

Вартість активів у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності у 2013 р., млн. грн. [3]

Показники	Необоротні активи	Оборотні активи	Необоротні активи та групи вибуття	Вартість активів
на початок року	229648,9	111872,8	55,6	341577,3
на кінець року	246522,6	124725,1	107,7	371355,4
Структура, %:				
на початок року	67,23	32,75	0,02	100
на кінець року	66,38	33,59	0,03	100

Якщо розглядати діяльність підприємств пошти та зв'язку загального користування (табл. 7), то слід зазначити, що у структурі наданих послуг виокремлюються такі тенденції. Так, спостерігається зниження кількості відправлених млн. газет і журналів, пік відправлень яких припадає на 2008 р. з 1273 млн. од. до 918 млн. од. у 2013 р. (72,11 % відносно 2008 р.), зростання кількості відправлених листів – з 299 млн. од. у 2000 р. до 391 млн. од. у 2008 р. (130,77 % відносно 2008 р.) та 310 млн.од. у 2013 р. Кількість відправлених телеграм різко впала – з 12 млн. од. – у 2000 р., до 1 млн. у 2013 році (у 12 разів за аналізований період). Тенденція щодо посилок свідчить

про різке зростання надання послуг – від 5 млн. од. у 2000 р. до 45 млн. од. у 2012 р. (у 9 разів за аналізований період) та різкий спад у 2013 р. (на 26 млн.од. відносно 2012 р.) (табл.7) [2, с.239; 3].

У розрахунку на одну особу наявного населення тенденції відповідно склались такі: тенденції відправлення листів майже без змін: у 2000 р. – 6 од., у 2008 р. – 8 од., у 2013 р. – 7 од.; телеграм: у 2000 р. – 0,2 од, у 2013 р. – 0,02 од.(у 10 разів менше за аналізований період); посилок: у 2000 р. – 0,1 од, у 2008 р. – 0,4 од., у 2013 р. – 0,4 од.(без змін за період 2008 – 2013 рр.) (табл.7). Це свідчить, що за незначного зростання кількості відправлень на одну особу листів, завершення життєвого циклу на ринку послуг з відправлень телеграм, активно розвивається у сегменті експрес-доставки напрям відправлень посылкової продукції, яким користуються для задоволення споживчого та промислового попиту, пік якої припав на 2012 р.

Таблиця 7

Продукція (послуги) підприємств пошти та зв'язку [2; с. 239; 3]

Показники	Рік								
	2000	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2008
Відправлено, млн.:									
– газет, журналів	1250	1258	1273	1204	1089	1006	1019	918	0,7211
– листів	299	380	391	301	311	320	387	310	0,7928
– телеграм	12	4	3	2	2	1	1	1	0,0833
– посилок	5	16	18	15	18	18	45	19	1,0556
У розрахунку на одну особу наявного населення, відправлено од.:									
– листів	6	8	8	7	7	7	8	7	0,875
– телеграм	0,2	0,1	0,1	0,04	0,04	0,03	0,02	0,02	0,200
– посилок	0,1	0,4	0,4	0,3	0,4	0,4	1	0,4	1,000

У грошовому еквіваленті обсяги надання послуг підприємствами в галузі поштової та кур'єрської діяльності наведені у табл. 8.

Таблиця 8

Обсяги надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності, млн. грн. [2; 3]

Показник	2010	2011	2012	2013	2013/2010, %
Обсяг реалізованих послуг	4042,6	4188,8	4677,6	4769,5	117,98
Обсяг послуг, реалізованих населенню	829,5	845,0	845,1	816,4	98,42

Як видно з табл. 8, обсяг реалізованих послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. зріс на 17,98 %. Обсяг послуг, реалізованих населенню у 2013 році відносно 2010 року, становив лише 98,42 %.

Для оцінювання щорічної динаміки зміни надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності протягом 2010 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– для обсягу реалізованих послуг, загалом:

$I_{2010-2013} = \sqrt[3]{1,036 \cdot 1,116 \cdot 1,019} = \sqrt[3]{1,17814} = 1,0561$. Тобто, обсяг реалізованих послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. щорічно зростає на 5,61 %.

– для обсягу реалізованих послуг населенню:

$I_{2010-2013} = \sqrt[3]{1,01868 \cdot 1,000 \cdot 0,966} = \sqrt[3]{0,984} = 0,9946$. Тобто, обсяг реалізованих послуг населенню в галузі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. щорічно падає на 0,5 %.

Тарифну політику в сегменті експрес-доставки згідно із офіційною статистикою презентують: індекс-тарифів на поштові послуги та опосередковано індекс-тарифів на вантажні перевезення залізничним транспортом, оскільки оператори сегменту експрес-доставки консолідують вантажі та користуються на організованому ринку в т.ч. послугами залізниці.

Під час розгляду тарифної політики на послуги пошти встановлено, що індекси тарифів на поштові послуги після періоду послідовного зростання (2007–2009 рр. від 100 % до 130 %) різко впали у 2010 р. до 108,6 %, та у 2011 р. до 101,6 %; у 2013 році цей показник становив 100 %. Індекс тарифів на вантажні перевезення залізницею (за період 2007 – 2013 рр.) у 2008 році був найвищий і становив 149 % відносно 2007 р., у 2010 р. – найнижчий – 102,2 % відносно 2009 р.; у 2013 р. – 105,6 % відносно 2012 р. (табл. 9).

Таблиця 9

Індекси тарифів на поштові послуги та індекси тарифів на вантажні перевезення залізницею до попереднього року [2; с.77; 3, с. 69], відсотків

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Поштові послуги	100,0	125,6	130,0	108,6	101,6	108,4	100,0
Вантажні перевезення залізницею	107,4	149,0	113,5	102,2	113,3	109,8	105,6

Як свідчить офіційна статистика, при формуванні тарифів в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності рівень рентабельності операційної діяльності підприємствами закладався доволі незначним (табл. 10).

Таблиця 10

Рентабельність операційної діяльності в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за 2010–2013 рр.

Рік	2010	2011	2012	2013
Рівень рентабельності, %	5,6	6,1	5,4	3,9

Доходи підприємств від надання послуг пошти та зв'язку зросли у 2013 році відносно 2007 року удвічі, зокрема від поштового зв'язку у 2,141 разу. Доходи від кур'єрської доставки за аналізований період зросли на 101 млн. грн. (у 1,426 разу). Доходи від телеграфного зв'язку у 2013 році відносно 2007 року становили 49,1 %. [2, с.238; 3] (табл. 11).

Таблиця 11

Доходи підприємств від надання послуг пошти та кур'єрської діяльності, млн. грн. [2, с.238; 3]

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
поштовий зв'язок	1574	2104	2638	2941	3092	3274	3370	2,141
телеграфний зв'язок	57	52	54	46	38	38	28	0,491
кур'єрська доставка	237	310	284	307	364	358	338	1,426
Разом	1868	2466	2976	3294	3494	3670	3736	2,0

Для оцінювання щорічної динаміки зміни отримання доходів підприємств від надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності протягом 2007 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– у підсегменті поштового зв'язку:

$I_{п2007-2013} = \sqrt[6]{1,336 \cdot 1,2538 \cdot 1,1148 \cdot 1,05134 \cdot 1,0588 \cdot 1,02932} = \sqrt[6]{2,1396} = 1,1345$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті поштового зв'язку за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 13,45 %;

– у підсегменті кур'єрської доставки:

$I_{к2007-2013} = \sqrt[6]{1,3080 \cdot 0,9161 \cdot 1,0809 \cdot 1,1856 \cdot 0,9835 \cdot 0,9441} = \sqrt[6]{1,4258} = 1,0608$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 6,08 %;

– для підсегментів поштового та телеграфного зв'язку, кур'єрської доставки, разом:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[3]{1,3201 \cdot 1,2068 \cdot 1,1068 \cdot 1,0607 \cdot 1,0503 \cdot 1,0179} = \sqrt[6]{1,9996} = 1,1223$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в галузі поштового і телеграфного зв'язку та кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 12,23 %. Отже, підсегмент поштового зв'язку є найприбутковішим.

Доходи підприємств від надання послуг пошти та зв'язку для населення (табл. 12) зросли у 2013 році відносно 2007 року у 1,969 разу, зокрема від поштового зв'язку у 2,057 разу. Доходи від кур'єрської доставки за аналізований період зросли на 4 млн. грн. (у 1,8 разу). Доходи від телеграфного зв'язку у 2013 році відносно 2007 року становили 47,1 %. [2, с.238; 3] (табл. 12).

Таблиця 12

**Доходи підприємств від надання послуг пошти
та кур'єрської діяльності населенню, млн. грн. [2; 3]**

Роки	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
поштовий зв'язок	296	366	548	578	594	590	609	2,057
телеграфний зв'язок	17	14	16	13	10	11	8	0,471
кур'єрська доставка	5	6	9	7	9	5	9	1,8
Разом	318	386	573	598	613	606	626	1,969

Для оцінювання щорічної динаміки зміни отримання доходів підприємств від надання послуг в галузі поштової та кур'єрської діяльності для населення протягом 2007 – 2013 рр. наведемо їх індексну оцінку за цей період та середні геометричні величини:

– у підсегменті поштового зв'язку:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[6]{1,236 \cdot 1,497 \cdot 1,054 \cdot 1,0276 \cdot 0,933 \cdot 1,0322} = \sqrt[6]{1,929} = 1,1152$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті поштового зв'язку для населення за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 11,52 %;

– у підсегменті кур'єрської доставки:

$I_{k2007-2013} = \sqrt[6]{1,2 \cdot 1,5 \cdot 0,7778 \cdot 1,285 \cdot 0,555 \cdot 1,8} = \sqrt[6]{1,797} = 1,1023$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг в підсегменті кур'єрської діяльності за період 2007–2013 рр. щорічно зростають на 10,23 %;

– для підсегментів поштового та телеграфного зв'язку, кур'єрської доставки, разом:

$I_{p2007-2013} = \sqrt[3]{1,2138 \cdot 1,484 \cdot 1,025 \cdot 0,9888 \cdot 1,033 \cdot 1,033} = \sqrt[6]{1,948} = 1,1171$. Тобто, доходи підприємств від надання послуг у галузі поштового і телеграфного зв'язку та кур'єрської діяльності за період 2007 -2013 рр. щорічно зростають на 11,71 %. Отже, підсегмент поштового зв'язку для потреб населення є найприбутковішим.

Співвіднесення результатів табл. 11 та табл. 12 свідчить про переважаючу частку доходів від надання послуг експрес-доставки вантажів для організацій-отримувачів відносно кінцевих клієнтів (5,87/1 у 2007 р. та 5,96/1 у 2013 р.) і вказує на сталість цих тенденцій.

Проведемо дослідження якісних показників сегменту “СЕР” – структури сегменту, в т. ч. наявних та потенційних конкурентів, товарів-замінників, споживачів, постачальників; ключових факторів успіху у сегменті, перспектив та потенційної прибутковості сегменту.

Наявні конкуренти. Послуги з автомобільних перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (наприклад, національний оператор УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Нова пошта”, національний поштово-логістичний оператор ТзОВ “Міст Експрес” “Нічний експрес”), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx. Тільки підприємств кур'єрської служби доставки є 13439 підприємств на теренах України (січень 2015 р.). “Старожилами” сегменту вважаються УДППЗ “Укрпошта”, ТОВ “Автолюкс” (1988 р.), “Гюнсел” (1988 р.). У галузі авіаперевезень присутні “DHL Express”, “FedEx”, “TNT Express”, “UPS” (володіють власними авіалініями/ співпрацюють з авіаперевізниками); авіакомпанія МАУ.

Позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними логістичними і маркетинговими ознаками:

- рівнем обробки вантажів (маніпулювання, консолідація (Європа, СНД, Азія, Україна, інші напрями), розукрупнення, упакування, сортування, маркування, кодування, зберігання на складі (на стелажах, у холодильних камерах, сховищах тощо), зберігання вантажу (технологічного простою-пересадки) в циклі доставки, страхування, митне обслуговування, доставка вантажу, інші процеси обробки вантажу);

- організацією доставки вантажу (кур'єрська доставка (стандартна експрес-доставка); під замовлення; “двері – двері”; “двері – склад”; “склад – двері”; “склад – склад” (на яку припадає до 70 % серед систем організації доставки вантажу) тощо);

- географічною ознакою (міжнародні (експорт; імпорт; комбіновані) та внутрішні (національна та регіональна доставка);

- часовим параметром доставки: у той самий день; до певного часу; до певного дня;

- категорією вантажів (документи і посилки (вагою до 30 кг); вантажі (30 кг – 1 тонна); експрес-перевезення вантажів (5 грам – 5 тонн); шини і диски, температурні, спеціалізовані, небезпечні (ADR) та безпечні для перевезення (не ADR) вантажі тощо). Інколи виділяють таку структуру вантажів: дрібні, пакетні, коробкові відправлення, палетні та частино-машинні партії вантажу [5]);

- вагою вантажу (до 30 кг; 30 кг – одна тонна; одна – 5 тонн);

- тарифом на перевезення залежно від виду доставки та розміру вантажу (відділення – відділення (15–550 грн.); відділення – адреса (35–90 грн.); адреса-адреса (50–100 грн.); застосування індивідуалізованого тарифу для спеціалізованої категорії вантажів) (станом на січень 2015 р.);

та допоміжними ознаками:

- наданням додаткових послуг (переадресація вантажу (місця призначення або одержувача));

- рівнем інформаційного забезпечення (від SMS-повідомлення про прибуття вантажу до єдиної логістичної інформаційної системи та узгодженого програмного забезпечення процесів організації та управління вантажопотоком, в т.ч. відстеження вантажів (моніторинг вантажів, відстеження вантажів за власним реєстраційним кодом, електронні способи відстеження вантажів та ін.).

Найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв’язку в сегменті надання універсальних послуг (90–95 %). Зокрема, ТОВ “Нова пошта” пропонує широку пропозицію послуг, вищі логістичні та маркетингові стандарти обслуговування споживачів, зокрема швидкі терміни доставки, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг, ідентифікованою кількістю регіональних відділень та вищими тарифами. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв’язку, в т.ч. тривалими термінами доставки вантажів. У останні роки УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі.

У галузі авіаперевезень позиціонування послуг здійснюється за ознакою превалювання перевезення пасажирських перевезень; вантажні перевезення як супутня діяльність; спеціалізовані вантажні перевезення; інтегратори (експрес-доставка пошти і вантажу). Спостерігається загострення конкуренції в авіасекторі між інтеграторами та об’єднаннями авіа-, автоперевізників, транспортно-експедиційних компаній.

Узагальнено структура послуги доставки експрес-вантажів така (на основі експертної оцінки менеджерів сектору “СЕР”):

- приймання та оформлення замовлення; отримання оплати за послугу – 10 %;

- складська логістика – 15 %;

- передпоштова підготовка відправлення вантажу (упакування, маркування, комплектація тощо) – 20 %;

- організування доставки вантажу та його відстеження – 55 %;

- оформлення повернень та переадресації вантажів – 2 %.

Роботи з повернення чи переадресації вантажу хоч і задекларовані у структурі асортименту експрес-вантажів, однак на практиці повернення вантажів здійснюється поодиноким за рахунок

відправника/ отримувача вантажу, переадресація в процесі доставки вантажу не практикується або здійснюється за окрему плату.

Слід зауважити, що сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами ринку (поштових, кур'єрських, логістичних, транспортно-експедиційних, глобальні логістичні мережі та їх партнери), особливості послуг у цьому сегменті (наприклад, в галузі поштового зв'язку вона пов'язана з інтеграцією послуг зв'язку та транспорту), розвиток аутсорсингу в цьому секторі тощо призвели до взаємного проникнення пропозиції різнопрофільних операторів, відсутності однорідності профілю та характеристик послуг, слабо вираженого позиціонування послуг кожним з діючих операторів на логістичному ринку.

Потенційні конкуренти, до яких належать:

- підприємства, розвиток бізнесу яких приведе до виходу у сегмент експрес-доставки вантажів. Гострий рівень конкуренції, який спостерігається в сегменті транспортно-експедиційних послуг внаслідок великої кількості компаній, що працюють в сфері організації вантажоперевезень ("Транс-Сервіс-1" (частка ринку $\geq 35\%$), "Транс-Пелле", "ЛАА-Транс", "Захід-Вест-Транс" та ін., може змусити/сприяти (за відповідних економічних умов) ці підприємства обслуговувати суміжні сегменти споживачів та задовольняти їх зростаючі потреби у експрес-перевезеннях на існуючих територіальних ринках, виходити на нові регіональні ринки та посилювати локальну конкуренцію в секторі експрес-перевезень. Тобто розвивати свою стратегію і завойовувати сегмент експрес-поставок вантажів на існуючих та потенційних ринках;

- клієнти або постачальники, які можуть здійснити інтеграцію "вперед" або "назад". Наприклад, це стосується підприємств, які орієнтуються під час продажу товарів чи закупівлі комплектуючих винятково на експрес-доставку вантажів;

- прихід на ринок світових логістичних операторів з метою досягнення значного синергетичного ефекту.

Незначні бар'єри входу в сегмент СЕР відносно інших сегментів логістичного ринку, в т.ч. пов'язані із необхідністю отримання транспортної та поштової ліцензії (хоча з 2010 р. поштові перевезення вже не ліцензуються), відносно незначні інвестиції в бізнес (до прикладу, у сегментах професійних складських послуг є значна потреба у капіталі; контрактної логістики – дуже значні капіталовкладення, пов'язані з фінансуванням транспортних та складських потужностей), найбільша додана вартість при такій організації бізнесу тощо сприяють активному розвитку в останні чотири роки цього сегменту в Україні. Слід зауважити, що прихильність тих, хто користується послугами експрес-доставки вантажів, до певних марок, ініційована в т.ч. активними маркетинговими засобами (ціновими знижками, пристосуванням асортименту запропонованих послуг до специфічних потреб клієнтів: часу, комплектності замовлення тощо, активним формуванням попиту на послуги з метою прибуткової реалізації уже запроваджених послуг), ефект досвіду функціонування існуючих підприємств у сегменті експрес-доставки вантажів та їх фінансова могутність сприяють збереженню бар'єрів входу у цей сегмент.

Окремо взяті логістичні оператори зіштовхуються також з ринковими та фінансовими бар'єрами, пов'язаними з дальністю перевезень, превалюванням, залежністю та похідним характером від споживчого попиту, розподілом культур та документацією (так звана формула 4 "Д").

Стратегії в секторі. Загострення економічної ситуації в країні змусило операторів адаптовувати власні стратегії розвитку в сегменті. Так, в умовах стрімкого розвитку (незважаючи на кризу 2008 р.) стратегія виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ тощо нівелюється. У 2014–2015 рр. активізуються стратегії укріплення зайнятих позицій, а в логістиці застосовуються стратегії мінімізації логістичних витрат (завдяки оптимізації операційних логістичних витрат за окремими логістичними функціями та стратегії аутсорсингу (оптимізуючи дислокацію виробничих потужностей і об'єктів логістичної інфраструктури, зосереджуючись на ключових областях та компетенціях, наймаючи транспорт для консолідації вантажопотоків).

Оператори сегменту використовують різні бізнес-стратегії. Наприклад, ТОВ “Нова пошта” та “Ін-Тайм” працюють на засадах франчайзингу, інші зосереджуються на співпраці з операторами електронної торгівлі. Тенденції, які склались у сегменті “СЕР” щодо структури замовників: превалювання та розвитку обсягів відправлень вантажів у галузі поштової та кур’єрської діяльності (див.табл.8) для потреб організацій-споживачів (“В2В-” і більшою мірою “В2С-” над “С2С-відправленнями”) – змушують операторів сегменту “СЕР” переходити на обслуговування суміжних підсегментів (поряд з існуючими), зокрема “В2С” та укріплювати свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі.

Очікується, що за умов стабілізації економічної ситуації оператори сегменту “СЕР” відновлять і розвиватимуть побудову регіональних мереж.

Послуги-субститутути (замінники). Як послуги-замінники у сегменті СЕР можна розглядати діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів.

Споживачі. Активними користувачами послуг експрес-доставки вантажів є організацій-споживачі і кінцеві споживачі (5,84 до 1)(див. табл.8); компанії електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів.

Співвідношення попиту та пропозиції. Відомо, що попит на послуги з експрес-доставки вантажів для населення на території обслуговування споживачів одним пунктом приймання вантажів (на локальному рівні) залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на цій території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами на цій території, якості послуг експрес-доставки, що надаються.

Найголовнішими критеріями, які визначають поведінку організації-користувача послуг перевезення експрес-вантажів, є: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу. Дослідження попиту на послуги експрес-доставки вантажів для організацій клієнтів свідчить також про те, що однією з головних вимог організацій-клієнтів до роботи операторів “СЕР” є своєчасність відправки та доставки вантажів. Пов’язано це з прагненням більшості вантажовласників до зменшення запасів як у сфері виробництва, так і в сфері обороту, оскільки їх затрати на утримання запасів становлять у деяких галузях 20 % і більше від вартості продукції. Відсутність гарантії своєчасної доставки чи відправки потрібного вантажу, можливість відмови чи неодноразового відкладення заявки на перевезення гальмують розвиток сегменту експрес-доставки вантажу.

Активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти.

Широке коло надавачів послуг експрес-доставки стандартних вантажів із типовими умовами обслуговування вантажів, здатність до застосування аутсорсингу та можливість приходу у сегмент СЕР надавачів послуг з інших сегментів логістичного ринку за умов перевищення граничного доходу над граничними витратами дають змогу врівноважити попит та пропозицію послуг експрес-доставки стандартних вантажів у разі виникнення добових, сезонних чи річних коливань попиту в сегменті СЕР. Із зростанням складності та спеціальних вимог обробки експрес-вантажів ускладнюється процес узгодження попиту і пропозиції: як правило, попит зростає швидше за пропозицію.

Постачальники. Формування високої якості процесів логістичного обслуговування перевізниками в сегменті СЕР за принципами “від дверей до дверей” та “точно в термін” забезпечується також сукупністю об’єктів транспортної, складської, маніпуляційної, пакувальної, інформаційної та фінансової інфраструктур, яка сприяє процесам обробки вантажопотоків (зокрема маркувальні засоби, пакувальне устаткування, зчитувальне обладнання та ін.), маніпуляцій з ним (наприклад, електронавантажувачі, візки, підйомники, роликові піддони, а також допоміжне устаткування: контейнери, палітри, місткості, містки та ін.), зберігання (стелажне та холодильне обладнання, напільні візки, транспортери, автоматизоване обладнання та ін.) та комплектуючих до них; наданню інформаційних, фінансових та інших послуг. Співпраця з постачальниками цих інфраструктурних об’єктів впливатиме на рівень рентабельності надання послуг та їх

конкурентоспроможність. Слід зазначити, що на ринку автомобільної техніки, обладнання та запчастин до нього пропозиція перевищує попит, сформовані конкуренти відносини, тому посилення тиску з боку постачальників не спостерігається.

Ключові фактори успіху в секторі СЕР. На міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі, детермінантами розвитку яких стали вступ Китаю до ВТО (що надало імпульсу світовій торгівлі), розширення ЄС із введенням нових країн до трансєвропейських виробничих, торгових і транспортних мереж. Спостерігається також значний вплив в цьому секторі інших регіональних торговельних утворень, таких як НАФТА (1994 р.), МЕРКОСУР (1995 р.), АТЕС (1989 р.), АСЕАН (1967 р.), АФТА, метою створення яких було сприяння розвитку регіональної торгівлі. Зберігаються ризики, пов'язані із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту.

Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

Активізація логістичної діяльності для самого надавача послуг з експрес-доставки вантажів пов'язана із виникненням певних проблем [5–14]. Основною проблемою, як вже зазначали, є зростання кількості дрібних замовлень, яка для окремого пункту обслуговування клієнтів експрес-доставки в пунктах активації надання цієї послуги становить близько 1,5–3 тис. замовлень щоденно. Це призводить до необхідності впровадження автоматизованих систем обробки інформації не тільки в окремих функціональних галузях – транспортуванні чи складуванні, а й в усьому ланцюзі поставок експрес-вантажів з метою пришвидшення термінів доставки вантажів та полегшення обробки інформації, оскільки час є найважливішим параметром доставки експрес-замовлення. Параметр часу визначально впливає на такі показники та параметри логістичної системи, як потреба в робочому парку автомобілів, попит на перевезення експрес-вантажів, собівартість та фінансовий результат перевезень експрес-вантажів та ін. Окрім того, у пунктах обслуговування клієнтів з метою пришвидшення обслуговування запроваджуються спеціалізовані конвеєрні лінії, технології управління голосом тощо. Запровадження автоматизованих систем обробки інформації (залежно від її типу та потужності) пришвидшує обробку замовлення у близько 10–300 разів.

Подрібнені замовлення піддаються індивідуальному упаковуванню, вимоги до яких зростають (наприклад, щодо виду картонного конверту та наявності самоклеючої відривної стрічки – для документів вагою не більше 1 кг та до індивідуалізованого упакування за бажанням клієнта з використанням спеціальної пакувальної плівки та інших пакувальних матеріалів – для нестандартних відправлень). Відповідно витрати на індивідуальне упакування зростають.

Проблема упакування тісно пов'язана із необхідністю застосування методів стандартизації у процесах упакування вантажів, особливо різних розмірів. Але стандартизація необхідна не тільки в окремих функціональних галузях, а й для всього логістичного циклу експрес-доставки: ОСУ пунктів приймання вантажів, уніфікації документообороту, стандартів обслуговування клієнтів, асортименту послуг експрес-доставки, технологій доставки вантажів тощо. Це стосується таких методів стандартизації, як симпліфікації (наприклад, в упакуванні), яка ґрунтується на зменшенні кількості типів упакувань до такої, що є достатньою для задоволення потреби в упакуванні; метод уніфікації, який ґрунтується на об'єднанні декількох документів в один, який використовуватиметься для регламентації можливостей взаємозаміни елементів та дасть змогу розташовувати вантажі за класами, підкласами та розрядами, а також розміщувати вантажі на складі чи пункті приймання в визначеному порядку та послідовності з метою одержання чіткої системи, зручної для користування персоналом. Прикладами застосування стандартизації можуть стати розроблення типових технологічних процесів експрес-доставки (метод типізації), розроблення базових документів щодо технологічної документації на перевезення вантажів (метод специфікації), метод агрегування, який застосовується для консолідації вантажів чи створення підйомно-транспортного обладнання, облаштованого вагами типу «Рохла» та ін.

З огляду на терміновість ускладнюється процес консолідації типових, а особливо нестандартних експрес-вантажів. До уваги беруться такі показники, як умови транспортування, зберігання, вид товару, температурний режим, вологість тощо.

Актуальними залишаються проблеми перетворення вузькофункціональних (вузькоспеціалізованих) посередників, що займаються окремо транспортуванням, експедируванням, вантажопереробкою, митним оформленням, складуванням тощо на операторів, які надають укрупнені логістичні рішення; мобільності та недостатньої швидкості проходження експрес-потоків (через невисоку рейсову швидкість і простої до 40 % часу в дорозі); низького рівня інтеграції інформаційних і програмно-обчислювальних комплексів; низького рівня координації між надавачами та отримувачами послуг експрес-доставки у процесі організації мультимодальних перевезень вантажів та зосередження на концепції управління від єдиного технологічного процесу й штрафів за простої до планування перевезення на принципах єдиного вікна і єдиної тарифної ставки, низької кваліфікації персоналу тощо.

Проблемні питання залишаються у площині трансформації регіону базування та обслуговування споживачів послуг експрес-доставки в регіонах найбільшої активності бізнесу. Якщо до 2012 року найпривабливіші регіони обслуговування містилися у Донецькій, Дніпропетровській, Київській, Харківській, Одеській областях та м. Києві (про що свідчать результати оптового товарообороту та обороту роздрібною торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств за регіонами) (див. табл.13), то у 2014 році внаслідок військових дій на Сході України бізнес в сегменті експрес-доставки східного регіону перемістився більшою мірою у м. Київ та Київську область.

Таблиця 13

Оптовий товарооборот, оборот роздрібною торгівлі, роздрібний товарооборот підприємств у регіонах найбільш активної логістичної діяльності, млн. грн. [2; 3]

Показники	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013/2007
Оптовий товарооборот за регіонами								
Україна, зокрема	812160,5	998578,2	817532,4	993695,8	1107289,4	1093290,8	1074753,2	1,323
Донецька	115619,6	145353,5	114262,5	173920,2	237970,1	207136,2	176452,1	1,526
Дніпропетровська	90781,9	104723,4	93934,8	98919,8	97369,7	85859,6	89008,6	0,980
Київська	25963,7	35323,3	35225,7	43988,9	50540,8	61127,0	61511,4	2,369
Харківська	44424,0	52337,5	41330,9	46662,4	51831,5	51375,8	42160,6	0,949
м. Київ	308835,2	382261,9	280133,1	324179,1	383766,9	400773,2	416007,1	1,347
решта регіонів	470004,8	278528,6	252645,4	479945,6	285810,4	287019	289613,4	0,616
Оборот роздрібною торгівлі								
-								2013/2010
Україна, зокрема	325100	456000	444300	541548	685721	812052	888773	1,641
Донецька	-	-	-	55012	69327	83951	91354	1,661
Дніпропетровська	-	-	-	41779	51316	60862	68175	1,632
Одеська	-	-	-	32588	42101	50590	55568	1,705
Харківська	-	-	-	38848	49485	56252	61979	1,595
м. Київ	-	-	-	72084	89339	104442	114351	1,586
решта регіонів	-	-	-	301237	384153	270173	497346	1,651
Роздрібний товарооборот підприємств								
Україна, зокрема	178232,6	246903,2	230955,3	280889,7	350059,2	405113,9	433080,7	2,430
Дніпропетровська	15976,1	22353,1	20150,9	24762,8	29904,2	35035,1	37741,6	2,362
Донецька	15941,5	22229,2	19912,6	25446,3	31326,7	37635,8	40157,3	2,519
м. Київ	35989,8	47809,4	43191,5	53318,2	66033,0	73849,1	79717,2	2,215
Харківська	12311,8	16852,0	15976,1	18798,5	22952,9	25895,5	27978,5	2,272
Одеська	9996,1	14159,5	14842,9	18007,4	22806,3	26921,5	28902,7	2,891
решта регіонів	88017,3	123500	116881,3	280889,7	177036,1	205776,9	218583,4	2,483

Питання якості обслуговування та вибору засобів цінової і нецінової конкуренції для надавачів послуг лежать у площині аналізу, оцінки і вибору структури асортименту послуг та логістичного обслуговування фізичного розподілу експрес-доставки вантажів, якості надання послуг.

Проведені автором дослідження у галузі структуризації послуг експрес-доставки вантажів [4, с. 553–554, 13] та виділення класифікаційних ознак їх розподілу дало змогу окреслити певні

тенденції у даній сфері: номенклатура послуг експрес-доставки вантажів в Україні є типовою і характерною для більшості надавачів послуг; спостерігається спеціалізація на внутрішніх або комбінованих експрес-поставках вантажів; розширення асортименту послуг піддається легкому копіюванню; ціновий діапазон пропозиції може суттєво коливатися. Аналіз проблем в управлінні якістю послуг засвідчив необхідність виявлення та структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів. Зокрема у структурі якісних параметрів послуг рекомендовано виокремити такі основні складові, як доступ до послуг; задоволення потреб клієнтів; швидкість пересилання вантажів між обласними центрами, райцентрами, надійність і гнучкість пересилання вантажів; анонімність та безпека відправлень вантажів; відповідальність, інформаційне забезпечення, кількість рекламацій та зворотне відправлення вантажів.

Висновки

1. Поглиблене структурування специфіки поставок окремих видів вантажів, термінальне та митне оформлення вантажів, велике коло учасників в ланцюгу поставок, особливі умови поставки, пов'язані зокрема з терміновістю, актуалізують дослідження малогабаритних вантажів (вагою до 30 кг) та сегменту "СЕР".

2. Місткість сегменту "СЕР" оцінюється близько 217 млрд. доларів США, темпи зростання становлять 25–30 % щорічно, при цьому 80 % обсягу ринку формують чотири найбільші логістичні оператори. Частка сегменту "СЕР" у структурі ринку транспортно-логістичних послуг становить близько 3,62 %. Упорядкування показників кур'єрської діяльності Державною службою статистики розпочато з 2006 року.

3. Для сегменту "СЕР" характерними є відносно незначні бар'єри входу в галузь, в т.ч. пов'язані із необхідністю отримання транспортної ліцензії, незначні інвестиції в бізнес (наприклад, близько 1 % від потреб в інвестиціях в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності), найбільша додана вартість при такій організації бізнесу (в галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності частка валової доданої вартості від випуску становить близько 50 %); низький рівень рентабельності (близько 5 %), переважаючий втричі експорт послуг поштової та кур'єрської служби (2013 р.) над імпортом.

4. Встановлено, що щорічне зростання обсягу реалізованих послуг в секторі поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. становить 5,61 % (у сегменті послуг для населення – щорічний спад на 0,5 %). Щорічне зростання доходів послугоодавачів в цьому секторі за період 2007–2013 рр. становить 12,23 % (у підсегменті поштового зв'язку – щорічне зростання на 13,45 %; у підсегменті кур'єрської діяльності – щорічне зростання на 6,08 %). Зроблено висновок, що підсегмент поштового зв'язку знаходиться на стадії ЖЦГ – прискореного розвитку, підсегмент кур'єрської доставки на стадії ЖЦГ – сповільненого розвитку.

5. Виявлено, що у галузі транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності за період 2010–2013 рр. кількість суб'єктів господарювання знизилась на 36,73 %, що зумовлено складною економічною ситуацією в галузі та тенденціями подальшої консолідації в її сегментах. У 2013 р. найбільша частка в обсязі реалізованої продукції припадає на великі підприємства (58,2 %); їх частка в структурі підприємств галузі є найменшою (0,2 %); 63,1 % підприємств від загальної кількості отримали прибуток з фінансовим результатом 9814,8 млн.грн.

6. Дослідження якісних показників сегменту "СЕР" дало змогу виявити таке:

- послуги з перевезень пошти та малогабаритних вантажів надають понад 20 великих українських компаній (УДППЗ "Укрпошта", ТОВ "Нова пошта", ТзОВ "Міст Експрес"), ряд невеликих вітчизняних компаній та транснаціональні перевізники, такі як DHL, UPS, TNT Express, SkyNet Worldwide Express, FedEx.

- позиціонування послуг з експрес-доставки вантажів здійснюється за такими основними ознаками: рівнем обробки вантажів; організацією доставки вантажу; географічною ознакою; часовим параметром доставки; категорією вантажів; вагою вантажу; тарифом на перевезення

залежно від виду доставки та розміру вантажу та ін. та допоміжними ознаками: наданням додаткових послуг; рівнем інформаційного забезпечення та ін.;

- сумісна пропозиція послуг різнопрофільними операторами, особливості послуг сегменту “СЕР”, розвиток аутсорсингу призвели до взаємного проникнення пропозиції, відсутності однорідності профілю послуг, слабо вираженого їх позиціонування;

- найгострішою є конкуренція між ТОВ “Нова пошта” та УДППЗ “Укрпошта”, що є домінуючим оператором поштового зв’язку в сегменті надання універсальних послуг (90 – 95 %). Зокрема ТОВ “Нова пошта” пропонує широкую пропозицію послуг, вищі стандарти обслуговування споживачів, однак поступається УДППЗ “Укрпошта” за показником доступності послуг та рівнем тарифів. УДППЗ “Укрпошта” суттєво поступається ТОВ “Нова пошта” за показниками менеджменту якості поштового зв’язку. УДППЗ “Укрпошта” втрачає свої позиції в сегменті пересилання листів і посилок, який стає ключовим чинником розвитку в секторі електронної торгівлі;

- стратегії виходу на нові регіональні ринки, завоювання міст-мільйонників чи територій з великим потенціалом попиту на експрес-доставку вантажів, а у сфері логістики – впровадження концепцій менеджменту якості та логістичного менеджменту, розширення асортименту логістичних послуг, зростання чисельності власного автомобільного парку, складських площ та ін. поступаються стратегіям укріплення зайнятих позицій, а в логістиці – стратегіям мінімізації логістичних витрат та аутсорсингу; активно розвивається підсегмент “B2C-відправлень”, що змушує укріплювати операторів свої стратегічні позиції на ринку кур’єрських поставок для потреб електронної торгівлі; очікується відновлення і розвиток регіональних мереж;

- послугами-замінниками у сегменті СЕР є діяльність операторів логістичного ринку різних рівнів, інсорсинг, неформальна організація доставки експрес-вантажів;

- користувачами послуг експрес-доставки є організації-споживачі і кінцеві споживачі (5, 84 до 1); сектор електронної торгівлі; підприємства каталожної торгівлі, компанії прямих продажів;

- виявлено, що в сегменті “СЕР” попит на послуги для населення залежить від чинників економічного середовища, щільності населення, яке мешкає на локальній території, рівнів доходів домогосподарств, величини тарифів на послуги експрес-доставки, наявності пунктів приймання вантажу операторами-конкурентами, якості послуг, що надаються; чинниками впливу на поведінку організації-користувача є: швидкість та технології доставки вантажів, якість та мобільність перевезень, цінова політика, номенклатура послуг, що надає підприємство, географія обслуговування, наявність спеціалізованого рухомого складу, своєчасність відправки та доставки вантажів; активність надавачів послуг експрес-доставки вантажів залежатиме і надалі від ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, коливання курсу національної валюти;

- на міжнародному рівні ключові фактори успіху сектору визначаються динамікою зростання міжнародної економіки і світової торгівлі; регулювання в секторі та інституційного впливу регіональних утворень. Ризики пов’язуються із переглядом кредитного рейтингу США, борговою кризою в Європі, зниженням світових цін на нафту. Основними ключовими факторами успіху в секторі СЕР в Україні вважають економічну ситуацію в країні, розвиток зовнішньоекономічної діяльності, внутрішньої торгівлі, а також електронної торгівлі.

7. Надавачам експрес-доставки рекомендовано запроваджувати методи нецінової конкуренції, надалі поглиблювати спеціалізацію/диверсифікацію (залежно від умов розвитку) та застосовувати прогресивні форми обслуговування споживачів з врахуванням факторів комплексності постачання, обсягу надання додаткових послуг, прямих довготермінових зв’язків. Вдосконаленню роботи надавачів послуг експрес-доставки сприятимуть такі чинники: техніко-технологічні: оптимізація маршрутів перевезень вантажів, удосконалення систем оброблення та перевезення вантажів, механізація та автоматизація у сфері виробництва, застосування сучасних інфокомунікаційних технологій; організаційні: вдосконалення організаційних структур управління та перерозподіл функціональних обов’язків, покращення організації виробництва і праці; економічні: уніфікація та

стандартизація існуючих послуг на засадах структуризації показників якості послуг та кількісного визначення їх параметрів, встановлення нормативних рівнів якості пересилання вантажів, економічне стимулювання щодо забезпечення надання високоякісних послуг тощо.

Перспективи подальших досліджень

У розрізі сегменту експрес-доставки вантажів доцільним є продовження дослідження в галузі формування системи управління логістичною діяльністю надавачів послуг експрес-доставки вантажів. Надалі слід зосередитись на дослідженні також інших структурних елементів ринку логістичних послуг в Україні: комплексних логістичних рішеннях з використанням світового досвіду та проблем впровадження їх в Україні.

1. Шандрівська О. Є., Шмід Ю. В., Сопільник Л. І. Вплив структурних характеристик транспортного ринку на формування цінової політики на цільових ринках // Вісник Нац. ун-ту "Львівська політехніка" "Логістика". – 2012. – № 749. – С.512–518. 2. Статистичний щорічник України за 2012 р. // За ред. О. Г. Осауленка. – К., 2013. – 551 с. 3. Статистичний щорічник України за 2013 рік // За ред. О. Г. Осауленка. – К., 2014. – 534 с. 4. Шандрівська О. Є., Кузяк В. В., Кошкарда А. О. Структуризація послуг з експрес-доставки в Україні // Тези доповідей X Міжнар. наук.-практ. конф. "Маркетинг та логістика в системі менеджменту". – Львів (6-8 листопада 2014 р.): Видавництво Національного університету "Львівська політехніка", 2014. – С. 553–554. 5. Чухрай Н. І. Перевізники чи логістичні оператори? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.translog.com.ua/archive/131/number13/print/1>. 6. Курьерская служба "САТ" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.sat.ua/new/ru/services/express/?utm_source=Google&utm_medium=cpc&utm_campaign=express_delivery&gclid=CMT_tJmRqsECFaHMTAod9CAAjA. 7. DHL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dhl.com.ua/ru/express.html>. 8. "Міст Експрес" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.meest-express.com.ua/index.php?serv_express_dostavka=&lng=ru. 9. Pony Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ponyexpress-ua.com/services_delivery_on_time.php. 10. TNT Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.tnt.com/express/ru_ua/site/home/services/express_delivery_services.html. 11. "Автолюкс" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.autolux.ua/cargo_about/. 12. "Ін-Тайм" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.intime.ua/>. 13. SkyNet Worldwide Express [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.skynet-cis.com.ua/postage/prices/>. 14. "Нова пошта" [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://novaposhta.ua/>.