

В. І. КОПИТКО (Львівська філія ДІТУ)

## МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ІНФРАСТРУКТУРИ РИНКУ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Враховуючи сучасні тенденції розвитку світової економіки, представлено можливості підвищення конкурентоздатності транспортної системи України на основі маркетингово-логістичного забезпечення розвитку інфраструктури ринку транспортних послуг. Проведено аналіз маркетингово-логістичних підходів оцінки ефективності функціонування об'єктів транспортної інфраструктури. Висвітлено теоретичні та практичні аспекти стану ринку транспортних послуг, наведено приклади логістичних концепцій, враховуючи досвід роботи транспортних підприємств, запропоновано шляхи створення регіональних транспортно-логістичних об'єднань.

Учитывая современные тенденции развития мировой экономики, представлены возможности повышения конкурентоспособности транспортной системы Украины на основе маркетингово-логистического обеспечения развития инфраструктуры рынка транспортных услуг. Проведен анализ маркетингово-логистических подходов оценки эффективности функционирования объектов транспортной инфраструктуры. Отражены теоретические и практические аспекты состояния рынка транспортных услуг, приведены примеры логистических концепций, учитывая опыт работы транспортных предприятий, предложены пути создания региональных транспортно-логистических объединений.

Taking into account the modern trends of world economy development, the opportunities of increasing the competitiveness of the Ukrainian transport system on the base of marketing-logistical providing the development of infrastructure of transport services market are presented. The analysis of marketing-logistical approaches of estimation of the efficiency of operation of transport infrastructure objects is performed. The condition of theoretical and practical aspects of the transport services market is elucidated, the examples of logistical concepts are given, considering the work experience of transport enterprises, the ways of formation of regional transport-logistical associations are offered.

Кризові явища у світовій економіці, враховуючи нову геополітичну ситуацію та процеси глобалізації, створюють взаємозалежність економічних систем різних країн. Розвиток сучасних тенденцій щодо переходу на ринкові ціни на енергоносії загострили проблеми конкурентоздатності української економіки, що вимагає від транспортної системи України як важливого фактора стабілізації економіки формування конкурентних переваг шляхом застосування маркетингово-логістичних підходів: перевезення пасажирів та вантажів із використанням різних видів транспорту (мультимодальні перевезення) на основі ефективного управління матеріальними ресурсами. Розвиток транспортної системи є першочерговим у системі факторів, що забезпечують розвиток інших галузей, а також здійснення реформ у всіх без винятку секторах економіки.

Маркетингово-логістична парадигма тісно пов'язана із чотирма етапами, до яких відносяться:

- аналітична;
- технологічна (інформаційна);
- маркетингова;
- інтегрована.

Аналітична парадигма представляє собою перший класичний підхід до логістики, як до теоретичної науки, технологічна парадигма зв'язана із розвитком інформаційно-комп'ютерних технологій. В даний час в індустріальних країнах застосовується маркетингова парадигма. Її моделі описують і пояснюють відносини між логістичною системою і можливостями форми в конкурентній боротьбі. Сьогодні багато суб'єктів господарювання на практиці, як правило, використовують поєднання трьох вищевказаних парадигм. Проте в останні роки широко розповсюджується нова логістична парадигма, яку більшість науковців називають інтегральною. Вона, по суті, розвиває маркетингову стратегію, враховуючи при цьому нові передумови розвитку бізнесу на сучасному етапі, до яких можна віднести наступне:

- нове розуміння механізму ринку та логістики як стратегічного елемента в конкурентних можливостях фірми;
- нові перспективи інтеграції між логістичними партнерами;
- радикально змінені технологічні можливості, зокрема в гнучких виробництвах та інформаційно-комп'ютерних техноло-

гіях, які відкрили нові горизонти контролю та управління у всіх сферах виробництва та збуту продукції.

Теоретичні та практичні питання функціонування ринку транспортних послуг є в останні роки об'єктом досліджень вітчизняних та зарубіжних вчених. Ці дослідження направлені на підвищення ефективності розвитку транспортної інфраструктури в рамках досягнення стійкого соціально-економічного розвитку економіки на основі використання інструментів модернізації. Тому маркетингово-логістичний підхід дослідження розвитку транспортної інфраструктури та формування стратегії її розвитку на сьогоднішній день є актуальним.

При проведенні досліджень слід визначити місце транспортної інфраструктури у системі ринкової взаємодії, її роль в сталому розвитку території та у збереженні розвитку людського капіталу, її суть як об'єкта маркетингових досліджень. В умовах поглиблення ринкових відносин транспортна інфраструктура відіграє дуже важливу роль, тому її дослідження включають питання її формування, розвитку та модернізації. Для сталого її розвитку необхідні маркетинговий підхід у дослідженнях, який дозволяє оперативно враховувати зміни зовнішнього середовища, реагувати на поведінку конкурентів, споживачів, тобто при цьому формувати попит та пропозицію. Крім того, це дозволить визначити проблеми, які виникають у процесі діяльності, розробити стратегію і тактику її вдосконалення.

Склад транспортної інфраструктури охоплює: транспортні мережі, рухомий склад усіх видів транспорту, трудові ресурси (кадровий потенціал), дорожньо-транспортні структури, залізничні підприємства. Маркетингові дослідження інфраструктури ринку транспортних послуг дозволяють сформуванню важливу функцію транспортних систем окремих територій, що полягає в адаптації цих систем до економіки регіонів.

Ефективне функціонування ринку транспортних послуг вимагає формування та оптимізації логістичних систем, так, наприклад, ТОВ «ZZZ» є великим оператором на ринку автозапчастин України і має розвинену логістичну систему [1, с. 389]. Програмою керування компанією є програмний продукт Valsoft, що є інтелектуальною власністю компанії.

У разі виникнення непорозумінь з приводу фінансових питань або строків відвантаження фахівець відділу закупівлі погоджує їх з відповідальними особами компанії. Відділ розподілу займається системним розміщенням і достав-

кою товарів. Менеджери цього відділу виконують такі завдання:

- оптимізують формування портфеля замовлень, тобто раціонально підходять до підбору замовлень і шляхів їхнього виконання;
- координують розподіл замовлень по складах філій компанії.

Це ключові завдання цього відділу, тісно пов'язаного з іншими відділами служби логістики.

Завданням транспортного відділу є своєчасне надання для перевезення товару надійних транспортних засобів.

Надання транспортних засобів під завантаженням в зазначені в графіку відвантаження товару строки має особливе значення, тому що порушення цього графіка призводить до нагромадження товару на проміжних складах, збільшення часу приймання товарів на кінцевому складі й, нарешті, до зменшення обігу складу й незадоволення попиту покупців.

Транспортний відділ намагається зменшити відносну вартість транспортних послуг. Для об'єктивного вирішення цього питання у відділі ведеться статистика: кількості перевезень на місяць, собівартості одного перевезення, відносних транспортних витрат (%), коефіцієнта завантаження автомобілів, строку доставки вантажу.

Ці компанії надають також послуги з доставки збірних вантажів, тобто завантажують товар на один автомобіль у декількох місцях завантаження. Транспортний відділ повністю контролює оформлення товаротранспортних документів і проходження маршруту.

Транспортна логістика тісно пов'язана із логістикою постачання та логістикою виробництва (виробничою). На сьогоднішній день особливої уваги заслуговує логістична організація митної переробки вантажів [2].

Логістична організація процесу митної переробки вантажів об'єднує процеси реалізації митних режимів, пов'язаних з фізичним переміщенням зовнішньоторговельних вантажів через митний кордон. Логістика повинна забезпечити узгодженість матеріальних (товарних), інформаційних і фінансових потоків, оптимальну технологію забезпечення переміщення товарів через митний кордон з метою прискорення цього процесу, а також відпрацювання стандартних логістичних вимог як по відношенню до митних режимів (тобто стосовно митниць), так і до учасників зовнішньоторговельних операцій (експортерів, імпортерів, перевізників). Отже, логістична функція митної діяль-

ності охоплює дві складові: 1) логістизацію процесу митної переробки вантажів; 2) митну діяльність транспортно-логістичних компаній (як іноземних, що діють на території України, так і українських). Перший напрямок має основою аналіз митно-логістичних потоків, тобто товарно-інформаційно-фінансових потоків, пов'язаних з перетином митного кордону України зовнішньоторговельними потоками та справами відповідних митних зборів та платежів. Отже, основою митно-логістичних потоків є зовнішньоторговельні потоки, що носять транскордонний, транзитний характер. Вони включають вхідні (імпорт) та вихідні (експорт) види потоків. Їх супроводжують інформаційні потоки: вихідні (від митниць до центрального органу), вхідні (навіпаки), супроводжувальні (документи на товар). Фінансові потоки, у свою чергу, бувають вихідні (перерахування мита до держбюджету) та вхідні (державне фінансування митниць).

Митна логістика характеризується компонентною, функціональною та регіональною структурою. Компонентна структура охоплює 15 митних режимів (пропуск товарів для вільного обігу; реімпорт; транзит; митний склад; магазин безмитної торгівлі; переробка на митній території; переробка під митним контролем; тимчасове ввезення (вивезення); вільна митна зона; вільний склад; переробка поза митною територією; експорт; реекспорт; знищення; відмова від товару на користь держави). Функціональна структура відображає основні функції митної діяльності та їх забезпечення (здійснення митного контролю; здійснення інших видів контролю; інформаційне, фінансове та матеріально-технічне забезпечення). Регіональна структура митної логістики включає її розгляд на 6 просторових рівнях: локальному (митний пост); мікро (митниця); мезо (регіональна митниця); макро (національна митна система); мега (митний союз); мета (глобальний митний простір). Нині значення митно-логістичної складової зовнішньоекономічної діяльності зростає на всіх регіональних рівнях прояву.

Зокрема на локальному рівні митна діяльність здійснюється на митних постах, які класифікуються за категоріями (міжнародні, міждержавні, місцеві); за видами (автомобільні, залізничні, морські, пішохідні, повітряні, поромні, річкові); за характером транспортних перевезень (пасажирські, вантажні, вантажно-пасажирські); за характером функціонування (постійні, тимчасові); за часом роботи (цілодобові, у визначений час).

На залізничному транспорті стоїть питання впровадження єдиної міжгалузевої технології перевезень (ЄМТП). Перед маркетинговими підрозділами постануть завдання узагальнення даних для вивчення збуту і потреб клієнтури в транспортних послугах з метою залучення вантажів на залізничний транспорт, у тому числі збір інформації про потенційних клієнтів (виробничі можливості та зв'язки, потреба у різних видах транспортних послуг, бажана ритмічність і пропорційність відправки продукції або отримання сировини, взаємодія з іншими видами транспорту) [3, с. 249].

Перехід на логістичну концепцію управління перевезеннями пасажирів дозволяє істотно підвищити ефективність та якість транспортно-обслуговування (покращення, оптимізації, доведення) потокових процесів різної природи в економіці [4, с. 82].

Актуальність сервісних послуг у логістиці зростає. Однією з прерогатив логістики є управління і сервісні потоки, тому що більшість компаній виробляють не тільки готову продукцію, але і виконують відповідний сервіс, причому логістичний підхід виявився ефективним і для підприємств, що надають лише послуги (транспортні, експедиторські, вантажно-переробні тощо).

Велика кількість елементів логістичної системи і логістичних посередників є, власне кажучи, підприємствами сервісу, в яких послуги нерозривно пов'язані із продуктом. Цей продукт розподіляється, пропонується і продається на різних ділянках логістичного ланцюга.

Дотепер не розроблені ефективні способи оцінки якості сервісу, що пояснюється низкою особливостей сервісу порівняно з продуктовими характеристиками.

Існує два основних принципи транспортування вантажів: економія за рахунок масштабів та економія за рахунок діяльності маршруту. Для ефективного функціонування ринку транспортних послуг слід враховувати наступне:

- визначення виду транспорту;
- визначення типу транспортного засобу;
- вибір постачальників;
- спільне планування транспортного та складського процесів;
- узгодження транспортних та вантажних робіт;
- координація перевезень різними видами транспорту;
- визначення оптимальних маршрутів доставки вантажів.

У роботі [5] запропоновано підхід до рішення задачі оптимізації логістичного ланцюга до-

ставки вантажів за критерієм отримання ефекту як вантажовласником, так і залізницею. Для пошуку оптимального рішення в моделі використано модель доставки вантажів з урахуванням принципу скорочення часу транспортування. На базі розглянутої моделі з єдиних методологічних позицій можливо створити єдину систему підтримки прийняття управлінських рішень щодо перерозподілу вантажопотоків на залізницях. Незважаючи на адаптацію транспорту до ринкових відносин, стан транспортної інфраструктури у даний час не можна вважати задовільним, хоча з точки зору впровадження логістики є деякі позитивні тенденції. Так, вже 11 років існує центр ВАТ «Закарпатінтерпорт», де, враховуючи можливості існуючих об'єктів інфраструктури, перспективи нарощення об'ємів перевантажувальних робіт, прийнято рішення про необхідність створення постійно діючого колегіального органу координації спільних дій всіх структур, причетних до перевезень.

У липні 2008 р. відбулась нарада з питань співробітництва перевезень в Європу на території центру транспортного центру «Ліски», де обговорювався сучасний стан та перспективи курсування комбінованого поїзда «Вікінг».

У 2009 р. [6] Львівська магістраль має твердий намір відновити комбіновані (контрейлерні) перевезення. Наразі триває підготовчий етап до втілення цього задуму в життя, залізничники розвивають технічну базу, ведуть перемовини з колегами та партнерами країн-сусідів.

На сьогодні Львівська залізниця, забезпечуючи транспортний вихід до країн Європи, фактично є полігоном для створення нових технічних засобів організації комбінованих (контрейлерних) перевезень у міжнародному та внутрішньому сполученні.

Вигідне географічне положення України на шляху основних товарних потоків між Європою й Азією, Балтійським і Чорним морями, наявність розвиненої транспортної мережі з виходом до моря – усе це сприяє проходженню міжнародного транзиту територією України. Разом з тим, швидкий розвиток транзиту в частині автомобільних перевезень має значний негатив, який не можна не враховувати. А от впровадження й розвиток контрейлерних перевезень для України дозволило б вирішити низку проблемних питань:

- збереження автомобільних доріг, розвантаження автомагістралей, зменшення аварійності;
- економія пального, продовження терміну служби автомобілів;

- перевага в часі при перетині кордону (за рахунок проведення митного контролю не кожного авто, а всього складу поїзда, який за графіком не може бути затриманий більше, ніж на 5 годин).

Матеріальні вигоди держави від здійснення контрейлерних перевезень є значно більшими, ніж від проїзду тих самих автопоїздів автомобільними дорогами, оскільки залізницею перевезення здійснюються вітчизняними перевізниками, а плата за користування залізничною інфраструктурою є більш адекватною витратам на її підтримання та оновлення. Крім того, не останню роль при підрахунку вигоди для держави має відігравати збереження навколишнього середовища від забруднення й загазованості.

Відтак, упровадження та розвиток транзитних контрейлерних перевезень, тобто перевезень великовантажних автопоїздів залізницею на спеціальних платформах є вигідним для України і дасть змогу збільшити потоки транзиту через її територію.

Проте системною проблемою в умовах економічної кризи є невідповідність між низьким рівнем розвитку транспортної інфраструктури, ефективністю та якістю функціонування та наявним попитом на транспортні послуги.

У процесі маркетингових досліджень необхідно виявити негативні тенденції у розвитку транспортної інфраструктури, які створюють загрози обмеження економічного зростання як на державному, так і на регіональному рівнях. Так, мають місце сприятливе географічне положення, наявність транспортних комунікацій, зростання транспортної складової у валовому регіональному продукті. Враховуючи можливість, а це транзитний потенціал, прогнозоване зростання зовнішньоторговельного товарообігу (вступ до СОТ), інтеграції в міжнародну транспортну мережу через МТК, розвиток логістичних технологій на Заході важливо проаналізувати слабкі сторони розвитку транспортної інфраструктури та загрози, які можуть негативно впливати на діяльність усіх видів транспорту. Так, слід відзначити відсутність єдиного інформаційного простору у транспортній галузі, організаційна різноманітність учасників, технологічне відставання підприємств транспорту від базових галузей економіки, невідповідність якості перевезень міжнародним стандартам, висока вартість перевезень, неузгодженість регіональних програм транспортного розвитку, незацікавленість органів місцевого самоврядування у розвитку шляхів інтегрованої логістики.

Крім того, маркетингово-логістичний підхід при дослідженні розвитку транспортних систем передбачає вирішення проблем залучення в регіони крупних партій вантажів. Маркетинговий аналіз стану інфраструктури ринку транспортних послуг, враховуючи зарубіжний досвід Республіки Польща, Словаччини, Чехії визначає можливі шляхи створення транспортно-логістичних об'єднань (рис. 1).



Рис. 1. Структура транспортно-логістичного об'єднання

Створення транспортно-логістичних об'єднань повинно охоплювати:

- визначення цілей функціонування цих об'єднань, враховуючи макропоказники та потреби регіону;
- визначення масштабів діяльності, взаємодію із іншими логістичними об'єднаннями та структурами;
- визначення структури управління об'єднанням.

При маркетинговому аналізі у формуванні транспортно-логістичних об'єднань регіону визначають систему показників, зокрема потенціал потенційних клієнтів, транзит, інвестиції, фінансово-економічні показники суб'єктів ринку. На основі цих даних та вивчення попиту ринку транспортних послуг визначають програми маркетингового забезпечення транспортних об'єднань у внутрішніх та міжнародних перевезеннях. Маркетингова інформація повинна охоплювати можливості терміналів, митниць, ситуацію на зарубіжних ринках.

Це дозволить оцінити конкурентоспроможність та ефективність транспортної інфраструктури, оскільки транспортна інфраструктура ви-

значається сукупністю видів транспорту та потреб суб'єктів ринку в транспортних послугах, виявити конкурентні переваги для кожного елемента системи та галузі в цілому.

Конкурентоздатність транспортної інфраструктури визначається конкурентною стабільністю підприємств, що входять до її складу, а конкурентні переваги підприємств визначаються на основі наявних ресурсів та незадіяних резервів. Маркетингова стратегія націлена на досягнення конкурентних переваг транспортної інфраструктури і повинна підтримуватися маркетинговою системою забезпечення конкурентоздатності. Однією з ефективних умов маркетингового забезпечення конкурентності суб'єктів транспортної системи є розвиток інтеграцій. Інтеграційний потенціал у процесі логістичного управління посилює характеристики транспортної інфраструктури та зміцнює її позиції на ринку.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Алькема, В. Г. Логістичний підхід до оцінки діяльності складу [Текст] / В. Г. Алькема // Вісник Нац. ун-ту «Львівська політехніка» № 580. Логістика. – Львів: Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2007. – С. 386-395.
2. Смирнов, І. Г. Митна логістика в регіональному вимірі [Електрон. ресурс] / І. Г. Смирнов. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/NPM/Geographia/1\\_1smirnov\\_mitna.do...](http://www.rusnauka.com/NPM/Geographia/1_1smirnov_mitna.do...)
3. Корецька, С. А. Необхідність впровадження логістики в зв'язі з реформуванням залізничного транспорту в Україні [Текст] / С. А. Корецька // Вісник Дніпропетр. нац. ун-ту залізнич. трансп. ім. акад. В. Лазаряна. – 2007. – Вип. 17. – Д.: Вид-во ДНУЗТ, 2007. – С. 247-249.
4. Творонович, В. І. Основні проблеми логістики пасажирських перевезень [Текст] / В. І. Творонович, М. А. Демченко // Матеріали Першої наук.-практ. конф. «Маркетинг та логістика в системі менеджменту». – К., 2008. – С. 81.
5. Бутко, Т. В. Формування гнучкої системи логістичних ланцюгів доставки вантажу залізницями України [Електрон. ресурс] / Т. В. Бутко, Д. В. Ломотько, Д. І. Мкртчян // Східноєвропейський журнал передових технологій. – 2006. – № 6. – Режим доступу: [http://www.rall.narod.ru/publ\\_tl.htm](http://www.rall.narod.ru/publ_tl.htm)
6. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http://www.uz.gov.ua/index.php?f=Doc.View&p=news\\_3792.0.news](http://www.uz.gov.ua/index.php?f=Doc.View&p=news_3792.0.news)

Надійшла до редколегії 16.02.2009.