

УДК 656.788

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТЕП НА ЛОГІСТИЧНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ 2020

*Є. В. Нагорний, О. О. Шуліка**Харківський національний автомобільно-дорожній університет*

На сучасному етапі ускладнення організації функціонування транспортних систем в Україні і підвищення вимог до транспортних операцій за показниками надійності, стійкості, безпеки та конкурентоспроможності особливу актуальність має проблема формування ефективного транспортного-експедиторського обслуговування (ТЕО) вантажовласників. Проблематика цього питання полягає у недостатньому розвитку галузі, а саме у її фінансуванні і розширенні сфер її діяльності.

Розуміння переваг та вимог споживачів є одним з головних ключів до успіху будь-якої транспортної послуги, особливо якщо їх вимоги широко варіюються і змінюються з часом. Масове налаштування товарів та послуг у глобальному діловому середовищі висунуло вимоги перед постачальниками логістичних послуг щодо адаптації своїх бізнес-стратегій до логістичної системи, що базується на попиту, а не на пропозиції [1].

За даними систематичного дослідження серед компаній, які входять до Global Fortune 500, та великих фірм-замовників 40 найбільших глобальних постачальників логістичних послуг, включаючи всі різні галузі та типи товарів, на які припадає більшість глобального обсягу та вартості перевезень, більше 54% вантажовідправників зацікавлені в покращенні послуг, причому майже 36% вантажовідправників шукають вдосконалення в основних характеристиках послуг, таких як час, гнучкість та надійність, тоді як приблизно 18% шукають допоміжні послуги, які виходять за рамки транспортних послуг, такі як послуги з доданою вартістю. Решта вантажовідправників, що становить приблизно 46%, в основному зацікавлені у скороченні витрат [2].

Оперативна адаптація до мінливих умов – першочергова задача сучасних українських підприємств в цілому та транспортно-експедиторських підприємств зокрема.

Внаслідок вимушеного зменшення обсягів перевезень по Україні в 2020 р. ущільнився ринок перевезень, що викликало значне зростання конкуренції серед транспортно-експедиторських підприємств (ТЕП). Частина ТЕП знайшла можливість зниження ціни послуг ТЕО за рахунок зменшення ресурсів (людей, транспортних засобів, специфіка транспортних послуг тощо). Однак це призвело до зниження швидкості обробки і якості послуг, що спричинило відмову клієнтів від послуг ТЕП та пошук інших логістичних операторів, які на достатньому рівні якості спроможні до надання окрім основних послуг додаткових, таких, як наприклад послуга сповіщення за встановлений час до відвантаження для того, щоб вантажовласники мали змогу планувати вихід складського персоналу на зміну [3].

Наступною тенденцією, характерною для ринку ТЕО в Україні у 2020 р. можна відзначити напрямок об'єднання сервісів. ТЕП, які створили розвинену мережу партнерів в різних місцях України, що надавали не тільки транспорт, а й могли забезпечити складськими площами для вантажних робіт та консолідації вантажів, мали конкурентну перевагу особливо в умовах збільшення обсягів доставок в роздрібні мережі по Україні у поточному році під час карантинних обмежень.

Збереження стабільних обсягів доставки продовольчих товарів по Україні та зменшення обсягів доставки побутової техніки та електроніки свідчить про зміну принципів пріоритетності покупок. Тому конкурентоспроможними виявляються ТЕП, які пропонують ринку доставку товарів в складі збірного вантажу в різних температурних режимах. Можливість консолідації вантажів великої кількості клієнтів дозволяє дотримуватися обумовлених термінів доставок (24–48 годин по Україні) з можливістю надання пов'язаних з цим додаткових послуг.

На розширення послуг також значним чином вплинуло зростання електронної комерції [4]. Крім повного набору стандартних складських операцій передові ТЕП почали надавати інші складські сервіси, що сприяють подальшому продажу товарів через Інтернет. Це стало можливим за умови посилення впровадження інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) в роботу вітчизняних ТЕП в період карантинних заходів в Україні.

Переважає більшість ТЕП по всьому світі приймають рішення про впровадження ІКТ для логістики [5–7]. Вантажні транспортні компанії використовують все більшу кількість програм, заснованих на ІКТ, для покращення продуктивності своїх процесів: додатки в логістичних парках, додатки для власників вантажів, додатки для управління вантажівками, додатки для водіїв, додатки для транспортних підприємств та програми для міжміського розподілу [7]. Переважно ці програми забезпечують механізм, який автоматично фіксує попит відправників та пропозиції перевізників на основі мобільного Інтернету. Це сприяє зменшенню відстані порожнього пробігу та збільшенню середньої відстані доставки вантажів автомобільним транспортом, що призводить до зменшення викидів вуглецю у вантажній галузі. У цьому процесі важлива роль належить ефективно організованому комплексно-логістичному обслуговуванню з використанням новітніх інноваційних технологій, які дозволяють створити модель оптимізації планування в режимі реального часу, фокусуючись на енергоефективності операцій, розробці систем управління інформаційно-рекламною діяльністю транспортно-експедиторських підприємств [8].

Таким чином, оптимізація ресурсів ТЕП; об'єднання сервісів та можливість надання допоміжних послуг, які виходять за рамки базових транспортно-експедиторських послуг; розвиток доставок товарів в складі збірного вантажу; впровадження інформаційно-комунікаційних технологій – все це є заходами, які дозволять вітчизняним ТЕП розробити програму стимулювання попиту на транспортно-експедиторські послуги, що сприятиме залученню нових клієнтів та підвищенню конкурентоспроможності ТЕП на транспортному ринку України.

Література:

1. Khakdaman M., Rezaei J., Tavasszy L.A. Shippers' willingness to delegate modal control in freight transportation. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*. 2020 Vol. 141, № 102027.
2. Global 500 : веб-сайт. URL: <https://fortune.com/global500/> (дата звернення: 15.10.2020).
3. Рынок логистики Украины 2020: вызов принят : веб-сайт. URL: <https://logistics-ukraine.com/2020/11/05/> (дата звернення: 15.10.2020).
4. Шуліка О.О. Гліта О.С. Роль інформаційно-рекламної діяльності вантажовласників у пошуку клієнтів на вантажоперевезення у великих містах. *Збірник наукових праць за матеріалами Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Моделювання та інформаційні технології в науці, техніці та освіті»*. 2018. Харків : ХНАДУ. С.246–249.
5. Wang Y., Rodrigues V.S., Evans L. The use of ICT in road freight transport for CO₂ reduction – An exploratory study of UK's grocery retail industry. *International Journal of Logistics Management*. 2015. Vol. 26 (1). P. 2–29.
6. Perego A., Perotti S., Mangiaracina R. ICT for logistics and freight transportation: A literature review and research agenda. *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*. 2011. Vol. 41(5), P.457–483.
7. Li Y., Yu Y. The use of freight apps in road freight transport for CO₂ reduction. *European Transport Research Review*. 2017. Vol. 9(3), № 6.
8. Nagorny Y., Shulika O., Severyn O., Orda O. Improving the efficiency of road transport companies by optimizing the costs of information and advertising activities. *SHS Web of Conferences – EDP Sciences*. 2019. Vol. 67, № 03009.