

УДК 339.187:656.135

ВДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ЗАЛІЗНИЦЬ

IMPROVEMENT OF RAILWAY TRUCK MARKETING METHODS

канд. екон. наук О.В. Копитко¹

*¹Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій
ім.С.З.Гжицького (м. Львів)*

O.V.Kopytko¹, PhD (Econom.)

¹Stepan Gzhytskyi National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies (Lviv)

Ситуація, що склалася сьогодні внаслідок військових дій РФ вимагає структурних змін на залізничному транспорті з метою забезпечення сталого функціонування. Це зумовлено низкою макроекономічних тенденцій, серед яких основною та найважливішою для залізничного транспорту є підвищення цін на вантажні перевезення. Непередбачувані ціни на послуги "Укрзалізниці"[1] спонукають агровиробників шукати альтернативу вагонам-зерновозам УЗ. Як приклад, в Україні бізнес має понад 12 тисяч вагонів-зерновозів. Власником найбільшого приватного парку зерновозів (3442 одиниці) є агрохолдинг "Кернел", парки решти агробізнесів у середньому налічують 100 - 500 вагонів. Крім них, є близько 10 тисяч зерновозів комерційних парків, які їхні власники надають в оренду агровиробникам, трейдерам або експедиторам. Також є парк "Укрзалізниці" - 10,9 тисячі зерновозів, з яких у робочому стані перебувають 5,7 тисяч вагонів.

Така ситуація, з одного боку, сприяє зростанню обсягів та ускладненню логістичних ланцюжків перевезень у перевезеннях та скороченню транзитних і, як наслідок, потенційному збільшенню прибутку окремих залізниць, а з іншого - через те, що ринкові відносини змушують підприємців шукати найбільш підходящі їм з погляду співвідношення «ціна-якість» способи доставки продукції до кінцевого споживача - стимулює розвиток місцевих транспортних компаній, що конкурують, що забезпечують навколишні підприємства послугами з перевезення вантажів автомобільним транспортом. "Укрзалізниця" постійно наголошує, що її діяльність на ринку вантажних перевезень не утискає конкурентів. При цьому УЗ є єдиним оператором, що може надавати послугу перевезення - переміщення вантажу з точки відправлення до точки призначення. Тому монополіст, що надає послуги, не має конкурентів.

При цьому зростання перевезень носить явно виражений регіональний характер, відбувається децентралізація зв'язків між вантажовідправниками, і

підприємці на місцях намагаються забезпечити потребу населення в товарах та послугах власними силами та з використанням власних ресурсів.

Ринок вантажних перевезень загалом та автомобільних зокрема відіграє важливу роль у забезпеченні функціонування економіки України та населення усіма необхідними товарами. Український ринок автомобільних вантажних перевезень є достатньо висококонкурентним. Економічна криза, скорочення ВВП, руйнування транспортної інфраструктури внаслідок війни негативно відобразилися на величині попиту на цьому ринку[2]. Це змушує надавачів цих послуг шукати напрями посилення своїх конкурентних переваг. Передусім до них належить високий рівень сервісу, широкий асортимент послуг, активний збут та новітні методи їх просування. За обсягами вантажних перевезень найбільшу частку на ринку вантажних перевезень України займають залізничний та автомобільний транспорт. Проте мобільність автомобільного транспорту при перевезенні вантажів в умовах блокади портів та закриття повітряного простору України відкриває значні можливості для його подальшого використання та відновлення довоєнних показників функціонування.

Це вимагає від "Укрзалізниці" та 7 її регіональних філій постійного дослідження ринку вантажних перевезень, пріоритетів споживачів при їх виборі, пропозиції конкурентів. Саме тому ті філії, які сьогодні зможуть виявити перспективні ринкові ніші та зосередити на них свою діяльність, передбачити зміни ринкового попиту та адаптувати під них свої внутрішні можливості, які зможуть одними з перших запропонувати ринку послугу з такими характеристиками, за які споживач готовий дорого заплатити, у майбутньому займуть лідируючу позицію. Іншими словами, ключовими завданнями ПЕК зараз є вивчення поточної ринкової ситуації та прогнозування перспектив, розуміння структури ринку та характеру конкуренції, об'єктивна оцінка власної компанії, а потім вибір вірної стратегії виступу на ринку, що забезпечує формування стійкої конкурентної переваги в довгостроковій перспективі. Зібрана інформація дозволить підприємствам, що надають послуги у сфері автомобільних вантажних перевезень, визначити напрями посилення своїх конкурентних переваг через вдосконалення складових маркетингової діяльності на ринку. Все це сприяє посиленню конкуренції на регіональному ринку транспортних послуг та змушує залізниці шукати нові шляхи залучення та утримання клієнтів шляхом розширення сфер застосування маркетингових методів роботи з клієнтами та впливу на ринок з метою виявлення найбільш перспективних шляхів збільшення частки присутності залізниць на ринку транспортних послуг.

[1] Ринок перевезення зерна: чому монополізм УЗ не влаштовує бізнес URL: <https://hvylya.net/uk/news/292820-rynok-perevozki-zerna-pochemu-monopolizm-uz-ne-ustraiyaet-biznes>

[2] Наталія Косар, Наталія Кузьо. Вплив війни на ринок автомобільних вантажних перевезень України та його подальший розвиток. *Вісник Львівського університету*. Серія економічна. 2023. Випуск 65.С.14-23. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/economics/article/viewFile/12025/1238>