

УДК 330.133.1

**ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ПОСЛУГИ
ВИКОРИСТАННЯ ВАНТАЖНИХ ВАГОНІВ**

**PROBLEMS OF FORMING THE CONSUMER VALUE OF THE
SERVICE OF USING FREIGHT WAGONS**

В.В. Маліцький, PhD (менеджмент)

Філія «Єдиний розрахунковий центр залізничних перевезень» АТ «Укрзалізниця»

V.V. Malitskiy, PhD (Management)

«Unified Settlement Center for Railway Transportation» Branch of JSC «Ukrzaliznytsia»

Використання вантажного вагону при перевезенні вантажів – супутня додаткова послуга, яка надається на конкурентних засадах. Наразі власниками вантажних вагонів, які пропонують їх у використання, є більше 600 компаній-операторів рухомого складу [1]. Найбільшу кількість вантажних вагонів у своїй власності має АТ «Укрзалізниця». Однак у загальній статистиці навантаження показник замовлення для використання вагонів АТ «Укрзалізниця» не перевищує 30%, а по окремих видах рухомого складу, зокрема зерновозам, у періоди сезонного спаду навантаження у вагони товариства знаходиться на рівні 3 – 5% від загальної кількості навантажених вагонів.

Така ситуація обумовлює необхідність пошуку «вузьких» місць у взаємодії з клієнтом з тим, щоб наростити таку співпрацю. Одним із напрямків можливого покращення цієї ситуації є дослідження споживчої цінності цієї послуги [2]. Для цього необхідно сформувати перелік ключових атрибутів жертв та переваг, з якими зіштовхується клієнт при отриманні послуги і які формують його сприйняття цієї послуги від конкретного провайдера.

Зважаючи, що умови співпраці клієнта і операторів рухомого складу здебільшого є комерційною інформацією, у проведених пошуках для визначення ключових атрибутів жертв і переваг аналізувалася інформація, що міститься у відкритих джерелах [3].

Це надало можливість виокремити такі ключові моменти при взаємодії провайдера послуги з клієнтом:

- великими компаніями замовляються здебільшого вантажні вагони для масових перевезень вантажів (напіввагони, цистерни). Дрібні компанії замовляють для перевезень криті чи універсальні вагони;

- найбільш конкурентним видом вантажних вагонів, що надається у використання і закуповувався приватними операторами, є зерновози;

- цінові пропозиції послуги використання вантажних вагонів власності АТ «Укрзалізниця» відстають у часі від комерційних клієнтів (поки ціна сформується і затвердиться, вона може бути не актуальною) [4];
- бюрократична тяганина в процесі прийняття управлінських рішень;
- вплив держави на процеси надання окремих видів послуг з перевезення, особливо в умовах війни росії проти України;
- зниження обсягів перевезень вантажів в умовах воєнного стану, і, як наслідок, профіцит вантажних вагонів на ринку;
- використання аукціонів для формування ціни послуг з використання вантажних вагонів у режимі реального часу;
- зношеність вантажних вагонів власності АТ «Укрзалізниця»;
- ризики втрати вантажу у зв'язку з бойовими діями у прифронтовій зоні та періодичними обстрілами країною агресором.

Як видно з наведеного переліку, для вимірювання рівня споживчої цінності послуги необхідно систематизувати, укрупнити та розподілити атрибути жертв і переваг, які в подальшому стануть основою для більш поглибленого дослідження цього напрямку.

[1] Бакалінський О.В., Маліцький В.В. Оновлення процедури встановлення ціни на послугу з використання вантажних вагонів АТ «Укрзалізниця» на основі підходу Ф. Ремсі. Вісник Національного транспортного університету. Серія «Економічні науки». Науковий журнал. Випуск 2 (52), 2022 стор. 22. DOI: 10.33744/2308-6645-2022-2-52-022-032.

[2] МАЛІЦЬКИЙ, В., & КИЗИМ, Ю. (2025). Підходи до формування споживчої цінності послуги використання вантажних вагонів. REVIEW OF TRANSPORT ECONOMICS AND MANAGEMENT, (12(28), 77–81. <https://doi.org/10.15802/rtem2024/313456>

[3] Офіційний сайт філії «Центр транспортної логістики АТ «Укрзалізниця». URL: <https://uz-cargo.uz.gov.ua/>

[4] Бакалінський О.В., Маліцький В.В. Удосконалення ціноутворення при встановленні ціни на послуги з використання вантажних вагонів АТ «Укрзалізниця». НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ЖУРНАЛ ЗАЛІЗНИЧНИЙ ТРАНСПОРТ УКРАЇНИ-№ 2 (143), 2022 р, стор. 52. DOI: 10.34029/2311-4061-2022-143-2-52-58