

Однак, проведений аналіз банківського сегмента облігаційного ринку засвідчує позитивні зрушення та поступове зростання ролі цього боргового інструменту в ресурсній політиці вітчизняних банків. Хоча для більшості банків цінні папери з фіксованим доходом не відіграють важливої ролі у фінансуванні їхніх активних операцій.

Література:

1. Бланк І.А. *Управління капіталом*. – К.: Ніко, 2002. – 348с.
2. Буй Т. Г. *Фактори розвитку ринку корпоративних облігацій України*/ Т. Г.Буй // *Наукові записки НаУКМА: Економічні науки* – 2007. -Т. 68.-С.12-17
3. Давиденко Н.М. *Корпоративні облігації як фінансові інструменти на фондовому ринку України*/ Н.М.Давиденко // *Інноваційна економіка*.- 2010.-№18-С.238-241.
4. Лютий І.О., Нічосова Т.В. *Ринок корпоративних облігацій реального сектору економіки*// *Фінанси України*. – 2006, № 7. – С. 59-69.
5. Білик О.О. *Корпоративні облігації в системі фінансового ринку України* / О.О. Білик // *Вісник КНУ ім. Т.Г. Шевченка: Економіка*. – 2007. – № 93. – С. 32-34.
6. Дані фінансової звітності банків України 1.01.2005-1.01.2011 рр.//[Електронний ресурс].- Режим доступу: http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=74208
7. *Ощадні сертифікати*. Офіційний сайт ПАТ «КБ» Український фінансовий світ» [Електронний ресурс].- Режим доступу: http://www.ufw-bank.com/ua/dlya_fizicheskikh_lic1/sberegatelnye_sertifikaty/
8. Шевченко О., Червяченко Є. *Ринок корпоративних облігацій України: стан та проблеми розвитку* // *Банківська справа*. – 2005. – № 4. – С. 37-46.
9. *Cbonds.Info* : Украина : Рынок облигаций//[Електронний ресурс].- Режим доступу: <http://www.cbonds.info/ua>
10. *Звіти Державної комісії з цінних паперів та фондового ринку за 2001-І кв.2011 рр.* // [Електронний ресурс].- Режим доступу: www.ssmsc.gov.ua.
11. Solarz J.K., *Krajowy system finansowy wobec globalizacji i integracji z Unią Europejską*. W: *System finansowy w Polsce*, B. Pietrzak, Z. Polański, B. Woźniak (red.), Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008.

УДК 338.658

Р. Патора

Суспільна академія наук (м. Лодзь, Польща)

О.П. Карпій

Національний університет «Львівська політехніка»

СТРАТЕГІЯ ДИФЕРЕНЦІЇ У РОЗВИТКУ РИНКУ КУР'ЄРСЬКИХ ПОСЛУГ

Досліджено ринок кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок у Польщі і Україні, виявлено умови для його розвитку і покращення рівня обслуговування клієнтів, вплив на інші галузі економіки країни

Ключові слова: ринок кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок, час доставки до клієнта, критичний чинник, якість послуги, конкуренція

Исследован рынок курьерских услуг и экспресс-доставки в Польше и Украине, выявлены условия его развития и улучшения уровня обслуживания клиентов, влияние на другие отрасли экономики страны

Ключевые слова: рынок курьерских услуг и экспресс-доставки, время доставки до клиента, критический фактор, качество услуги, конкуренция

Investigated the market of courier services and express delivery services in Poland and Ukraine, identified the conditions for its development and improve customer service levels, the impact on other sectors of the economy

Key words: the market of courier services and express delivery, delivery time to the customer, a critical factor in, the quality of services and competition

Постановка проблеми. Дослідити особливості ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок в сфері забезпечення логістичних вимог клієнтів на прикладі аналізу розвитку цього ринку у Польщі. Проаналізувати особливості і перспективи ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок в Україні

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Галузь кур'єрських, експресних і пачкових пересилок (КЕП) належить до тих, що найшвидше розвиваються не тільки в Польщі, але і у всьому світі. До складу Форуму експресних перевізників (FPE), що працює на цьому ринку з 1996 р., входить десять фірм як з числа корпоративних гігантів (DHL, UPS, TNT, FedEx, GLS, OCS), так і менших гравців (АГАП, Riders Express, Сімка, X-press Couriers).

Оскільки Польща має привабливе географічне положення і володіє чималим внутрішнім ринком, то вже давно стала об'єктом зацікавленості великих міжнародних корпорацій, таких гігантів як DHL, UPS чи TNT Worldwide Express, які пропонували і розвивали інтеграційні послуги в цій сфері. Водночас у 90-роках ХХ ст. у Польщі почали виникати фірми із стопроцентним польським капіталом: Servisco (1990), Masterlink Express (1991), Messenger Service Stolica (1993), Siudemka (1998) чи ОРЕК (1999). З часом Masterlink сформувався в DPD, а Szybka Paczka була перейменована на Global Logistics Services. Водночас почали розквітати фірми, які займалися локальними кур'єрськими послугами, в основному в окремих містах таких, як X-press Bi-kers (сьогоднішнє X-press Couriers), Riders Express і Agar. На цьому ринку вони зайняли місце, яке в цей час добровільно звільнили глобальні оператори. Темп входження на ринок цих нових гравців був приголомшуючий. Згідно даних Офісу електронних комунікацій (ОЕК) у Польщі впродовж чотирнадцяти років число комерційних фірм в галузі кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок збільшилося з 15 (1996р.) до 209 (2009 р.). Сьогодні фактично здійснюють свою діяльність не тільки фірми зареєстровані в ОЕК. Окрім того, ОЕК не враховує менших експресних перевізників, які працюють тіні. Сьогодні число суб'єктів на ринку збільшується і швидкими темпами розвиваються вже існуючі фірми. У 2005-2009 р.р. відбулося дворазове зростання працівників і субпідрядників в цій галузі. У 2006-2008р.р. доходи експресних операторів в реальних цінах відповідно по роках в середньому зросли на 28%, 21% і 29%. Для порівняння ВВП Польщі у той же час виріс відповідно на 7%, 8,5% і 3,5%. У 2009 р. наступив незначний спад доходів, пов'язаний з безперервно зростаючим (хоч в дуже невеликій мірі) числом пересилок, що вплинуло на зміну цінової стратегії цілої галузі. За оцінкою ОЕК до 2015 р. вартість ринку повинна вирости ще на 50 %, а щодо доходності, то вона, швидше всього, залишиться на задовільному рівні.

Формулювання цілей статті. Виявити тенденції розвитку ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересилок в світі і перспективи його розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Завдяки великій кількості суб'єктів, які оперують в галузі, клієнти, що користуються кур'єрськими, експресними і пачковими послугами, мають можливість вибору пропозиції, яка відчутно диференційована з огляду на час доставки посилки до одержувача, простір дії оператора, рівень обслуговування і використання транспортних засобів. Якщо час доставки для клієнта є критичним чинником, то він може скористатися або послугою типу immediate («негайна доставка»), яку надають переважно міські кур'єри, або some day (виконання в межах 4-6 годин), яка найчастіше використовується в державних послугах, або next day (наступний робочий день), або сабо econd day (другий черговий робочий день), яка найчастіше використовується на закордонних напрямках), або over-night (пересилка, відібрана увечері і доставлена в межах 10-12год. наступного дня), або innight (нічна доставка). Сьогодні має місце тенденція, коли клієнти все частіше відмовляються від послуг типу «преміум» на користь стандартних або економних пересилок, які гарантують час доставки у більш вільній формі (наприклад, 3-5 або 5-7 днів), оскільки змінюється ставлення відправників до співвідношення ціна-час доставки. Інколи один день різниці може принести шестикратні заощадження на вартості транспорту. Оскільки, оператори розбудовують європейську мережу дорожніх комунікацій, то на території Європи прослідковується тенденція щодо заміни авіатранспорту на наземний. У міжконтинентальних доставках домінуючу позицію і надалі зберігає авіатранспорт.

Слід зазначити, що раніше визначена послуга «преміум», сьогодні, в результаті посиленої конкуренції в Польщі, є стандартом для задоволення потреб клієнтів. Водночас змінюється структура одержувачів, оскільки галузь, яка раніше була спрямована майже виключно на клієнтів В2В, зацікавлюється сектором В2С. Такі зміни відбулись за рахунок бурхливого розвитку інтернет-торгівлі (E-commerce), яка мобілізує головних гравців ринку кур'єрських, експресних і пачкових пересилок до введення змін щодо покращення пропонованих послуг і залучення індивідуальних клієнтів (рис. 1).

Величезна місткість ринку КЕП не є випадковою. Сьогодні галузь стала критичною частиною інфраструктури сучасних логістичних систем і ланцюгів поставок, що уможливує між іншим редуцію коштів і активів у фірмах клієнтів, а також надає сучасному бізнесу більше гнучкості. Швидкість, вчасність, безвідмовність і безпека поставок відіграють ключову роль майже у всіх операційних аспектах, що значно полегшує входження на експортні ринки. Клієнти, завдяки послугі "двері-двері", звільнені від комплексного обов'язку організації транспорту, діяльності з надання і одержання товару, а також в разі міжнародних пересилок питань, пов'язаних з митними процедурами. Окрім того, клієнти незважаючи на те, що самі цим не займаються, за допомогою систем Track and Trace отримують можливість поточного відстеження посилок.



Рис. 1. Структура клієнтів, що обслуговує галузь кур'єрських, експресних і пачкових пересілок в Польщі
Джерело: на підставі []

На рис. 2 подано динаміку обсягу операторів на ринку кур'єрських, експресних і пачкових пересілок у Польщі.



Рис. 2. Динаміка кількості операторів в Польщі на ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересілок
Джерело: на підставі []

В Україні теж спостерігається тенденція щодо розвитку ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересілок, основна характеристика підприємств, що діють на ринку України подана в табл. 1

Таблиця 1

Підприємства на ринку кур'єрських послуг, експресних і пачкових пересілок з іноземним капіталом в Україні

Основні відомості про підприємства	DHL	TNT	UPS	FedEx. Express
Рік заснування	1969	1946	1907	1971
Головний офіс	Німеччина	Нідерланди	США	США
Кількість країн, що обслуговується	227	Більше 200	Більше 200	220
Працює в Україні	з 1991 р.	з 1993 р. (представляє «Аеро-Експрес»)	з 1993 р.	з 1993 р. як незалежна компанія Elin Ltd
Філії та агентства в Україні	15 філій, 22 агентства	1 філія, 28 агентств	13 філій	1 філія, 12 агентств
Кількість працівників в Україні	Більше 300	500	Закрита інформація	Закрита інформація
Парк автомобілів	Більше 100	160	Закрита інформація	Закрита інформація

Джерело: офіційні сайти компаній [3, 4,5, 6]

Таким чином виробничі, торгові і послугові підприємства в стані задовольнити зростаючі логістичні вимоги своїх клієнтів. Пояснюючи це у фінансових категоріях, експерти з SGH вказують на ріст операційних коштів логістичних систем, які обслуговуються через експресних операторів, при чому водночас ростуть доходи з продажу (реакція клієнтів, задоволених безвідмовними, швидкими, вчасними і безпечними поставками), а також постійні активи (об'єкти, ресурси транспорту, інші пристрої) та й оборотні (значно нижчі витрати запасів, отже, менша потреба в оборотному капіталі, а також поліпшення руху коштів на підприємства). У результаті збільшується доходність фірми. Схожу думку до експертів мають клієнти. З досліджень, проведених кафедрою логістики SGH (на прикладі 81 підприємства), виникає, що для 98% середніх підприємств (працевлаштування до 250 працівників), а також великих 94% підприємств (працевлаштування більше 250) можливість доставки на наступний робочий день має важливе або дуже важливе значення. 74% підприємств стверджує, що часто користується послугами надавачів з ринку КЕП, а 61% великих підприємств використовує їх в сфері доставки документів. Три четверті малих і середніх, а половина великих підприємств оцінює, що брак доступу до цього типу послуг мав би великий або дуже великий вплив на ведення міжнародної діяльності, оскільки це пов'язано з зростанням запасів і втратою можливості продажу (рис. 3).

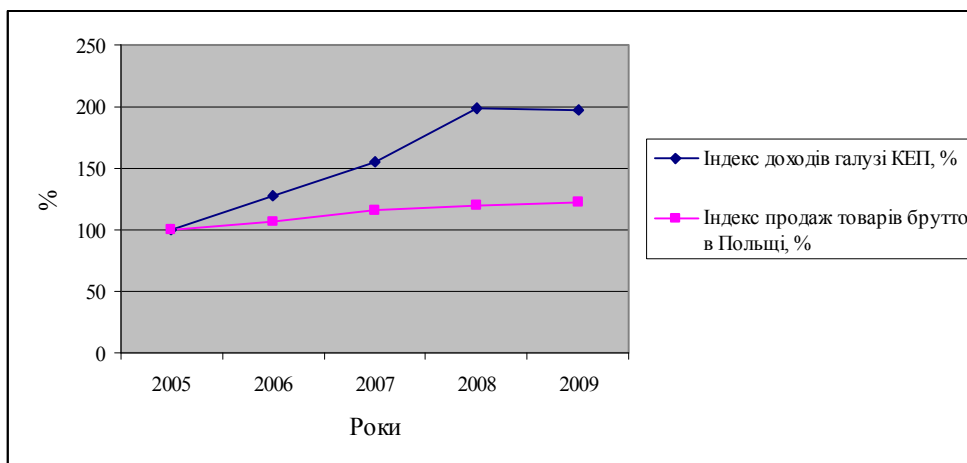


Рис. 3. Порівняльна характеристика доходів галузі КЕП з продажем продукту бруто у Польщі в період 2005 – 2009 р.р.

Зауважимо, що галузь КЕП після років стандартизації своїх послуг в пошуках доданої вартості велику увагу надає послугі "двері-двері", яка сьогодні є стержнем всієї їх діяльності, а сьогодні зосереджується на індивідуалізації у своїх підходах до клієнтів, на що свого роду спеціалізацію їх спонукали інші галузі.

Так медицина і фармацевтика, розвиток яких значно залежить від доступу до зразків, завезених в стисло визначеному часі і умовах, ініціювали створення Cold Supply Chain, тобто ланцюга поставок, що характеризується постійним контролюванням умов і температури фрахту (напр. TNT Cold Chain Транспорт або TNT Clinical Express). Більш того, деякі перевізники мають у своїх структурах цілі медичні секції (напр. DHL Medici Desk, TNT Health Centres). Іншим прикладом "шиття послуг по мірці" є електронна галузь, яка також вимагає великого піклування та безпеки перевозки, а також терміновості і безвідмовності поставок.

Ключовою тут виступає так звана «масова індивідуалізація», тобто тренд, який примушує виробника електроніки пристосовувати продукт до потреб клієнта на останньому етапі. Вже після складення замовлення частини, які потрібні для комплектації певного продукту, вилучаються із складу і потрапляють прямо на виробничу лінію. Звідси готовий товар зібраний і доставлений до одержувача, а щоб клієнт був задоволений, то це мусить відбутися в майже експресному темпі. В автомобілебудуванні поставки на виробничі лінії монтажних підприємств мусять функціонувати в системі Just-In-Time або Just-In-Sequence. А у фінансових підприємствах і банках кур'єрів приймають майже як власних працівників.

В час інформаційного прогресу багато речей можна владнати вже без виходу з дому. Але деякі документи потрібно підписати самому, часом у присутності третіх осіб. І саме в ролі третьої особи виступають часто кур'єри, які з цією метою проходять численні підготовки з області безпеки даних і процедур обслуговування клієнта.

У галузі одягу, яка характеризується змінністю попиту і коротким циклом життя товару, ключовим є час реакції за замовленням. Тим більше, що чималі витрати широкого складування асортименту продуктів як локального, так і регіонального, державного чи приватного диференціювання попиту схиляють до централізації систем дистрибуції. Очевидно, що рішенням може бути система поставок, яка вимагає пристосування інформаційних систем і мереж між торговими пунктами, постачальником і виробником одягу, що актуалізує в цій сфері роль експресних перевізників, бо виникає необхідність у поставці інформації про продаж товару,

автоматичного введення в дію цілого ланцюга поставок. Фірми з цього сектору, які складають 25% всіх клієнтів фірм в галузі КЕП, не мусять користуватися жодними спеціальними послугами, оскільки для них найважливішим є доступність їх товарів на магазинних полицях, тобто можливість збуту без необхідності володіти власною дистрибуційною мережею.

Висновки. 1. Багато іноземних інвесторів вклали свої гроші в ринок Польщі, що пояснюється наявністю широко доступного діапазону транспортних послуг, який пропонують експресні оператори, а також дешевої робочої сили. 2. Надані інвестиції вплинули на ріст виробництва, збільшення робочих місць, на передачу знань і технологій. Доходи суб'єктів цього ринку виросли в 2005-2009 р.р. на 98% (у реальних цінах), тобто в 4,5 рази більше ніж ВВП. Фірми за цей період інвестували 199 млн. злотих, що мало безсумнівно стимулюючий вплив на економіку Польщі. Працевлаштування в галузі КЕП виросло в цей період двічі, в той час коли загальне працевлаштування в Польщі зросло лише на 7%. 3. Розвиток ринку КЕП вплинув на зростання інших секторів економіки Польщі. Можна виділити три групи ефектів: безпосередні (доходи працівників і субпідрядників), посередні (використання продуктів і послуг, потрібних для ведення діяльності, тобто, наприклад, палива, упаковок, програмних забезпечень, правничих і сервісних послуг) і вторинне (видатки працівників, які збільшують попит на споживче майно). Крім того галузь КЕП вигідно впливає через інвестиції на створення можливостей для діяльності в місцях, віддалених від головних ринків збуту і постачання, а також поповнює локальні бюджети через податки, мобілізує модернізацію і розбудову терміналів для покращення обслуговування вантажів. 4. В Україні, як і в Польщі відбувається розвиток галузі КЕП, хоча стан дорожньої і авіаційної інфраструктури унеможливує скорочення часу поставки до найбільших міст в межах країни, тобто не дозволяє операторам пропонувати на ринку України найвищу якість послуг. 5. Повільний темп, а також непередбачуваність реалізації планів розбудови доріг і автобанів додатково утруднює планування на довготривалий період логістичної мережі і вибір нових місцезнаходжень логістичних центрів. 6. Великою проблемою для розвитку бізнесу як в Україні, так і в Польщі є нестабільність права, ускладнена податкова система, необхідний пакет процедур, які необхідно здійснювати на початку господарської діяльності. 7. Експресні оператори дуже залежать від розвитку ринків поштової пересилки і транспортних ринків. Сьогодні всі шанси зайняти домінуюче положення на ринку в Україні має "Укрпошта", яка має такі логістичні можливості, які, навіть, теоретично недоступні більшості її конкурентів на ринку кур'єрських послуг. 8. Підвищується рівень ризику надання кур'єрської послуги, оскільки розробляється новий цивільний кодекс, який має на меті підвищити відповідальність оператора за загублення, пошкодження або знищення пересилки. 9. Сьогодні в Європі в результаті дерегулювання транспортних ринків, прогресуючої лібералізації поштового ринку, діяльності, що призводить до консолідації галузей TSL і КЕП, а також глобалізації почасти зникають границі, що визначають своєрідні "зони впливу" транспортних, експедитійних, кур'єрських фірм. Дорожні і авіаційні перевізники, кур'єри, а також інтегратори, потужна пошта все сильніше конкурують між собою, і ця конкуренція стає інтенсивнішою внаслідок звільнення сектора поштових послуг від держави.

Література:

1. Васелевський М. Ринок кур'єрських послуг / М. Васелевський // Український научно-практичний журнал "Логістика" – проблеми и решения № 1(2). – К., 2006. – С. 86–90.
2. Срохіна Л.І., Башмачнікова Є.В. *Прогнозування та планування в сфері сервісу*. – М.: КНОРУС, 2004. – 215 с.
3. Крикавський Євген. *Логістичне управління: Підручник* / Є.В. Крикавський. – Львів: Видавництво Національний університет "Львівська політехніка", 2005. – 384 с.
4. Тіпанов В.В. *Електронна торгівля, як глобальне явище в сучасній міжнародній торгівлі послугами* // Зб. наук. пр. Вип. 39 / К.: Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України, 2003. С. 293 – 305.
5. Циганкова Т.М. *Міжнародний маркетинг: теоретичні моделі та бізнес-технології*. -К.:КНЕУ, 2004; 6. *Rocznik statystyczny*. – Warszawa, 2010. 7. <http://www.dhl.com>, 4. <http://www.fedex.com>, 8. <http://www.novaposhta.ua>. 9. <http://www.ups.com>. 10. <http://www.tnt.com> .