

Т. М. Булах // *Формування ринкових відносин в Україні*. – 2010. – №11. – С. 143–147.  
4. Горішевський П. В. *Сільський зелений туризм : організація гостинності на селі: підручник* / П. В. Горішевський, В. П. Васильєв, Ю. В. Зінько. – Івано-Франківськ: Місто-Н, 2003. – 148 с.  
5. Камушков О. С. *Розвиток зеленого туризму як ланки туристичної сфери України* / О. С. Камушков // *Держава та регіони*. (Серія: Економіка і підприємництво). – 2009. – № 5. – С. 78–83.  
6. Коробка С. В. *Зелений туризм як фактор підвищення конкурентоспроможності сільської місцевості* / С. В. Коробка // *Економіка. Управління. Інновації*. – 2012. – №1 (7) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [tourlib.net/statti\\_ukr/korobka.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/korobka.htm).  
7. Оппельд Л. І. *Міжнародний досвід зеленого туризму в Україні : проблеми та перспективи* / Л. І. Оппельд, О. Гордіян // *Ефективна економіка* – 2014. – №.1.  
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.  
9. Рутинський М. Й. *Сільський туризм [Текст] : навч. посібник* / М. Й. Рутинський, Ю. В. Зінько. – К. : Знання, 2006. – 272 с.  
10. Траченко Л. В. *Соціальне значення зеленого туризму в контексті розвитку сільських територій України* / Л. В. Траченко, С. В. Тымчук, Л. М. Нецадим // *Современные технологии управления*. – 2015. – №.1(49). – С. 43–47.  
11. Федорченко В. К. *Історія туризму в Україні* / В. К. Федорченко, Т. А. Дьорова. – К. : Вища школа, 2002. – 195с.

УДК 65.012.34:631.11

Н. Т. Гринів, Г. В. Подвальна  
Національний університет “Львівська політехніка”,  
кафедра маркетинг і логістика

## ТРАНСПОРТНА ПОСЛУГА ЯК ОБ’ЄКТ АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ

© Гринів Н. Т., Подвальна Г. В., 2015

Проаналізовано транспортну послугу за параметрами якості та ціни, виокремлено основні фактори, які формують попит на транспортні послуги. Проаналізовано фактори, котрі детермінують поняття якості транспортної послуги в контексті її оцінювання споживачем. Досліджено, як впливають коливання ціни транспортної послуги на попит на неї залежно від базових характеристик самої послуги. Проаналізовано наукові підходи до чинників, які актуалізують потребу в транспортуванні.

Дослідження здійснюється з метою вивчення передумов формування попиту на транспортні послуги.

На підставі проведених досліджень було встановлено, що атрибутами, які визначають поняття якості транспортної послуги, є матеріальні атрибути, довіра з боку клієнта та вірогідність її надання, компетенція, комунікативність та клієнто-орієнтованість виконавця, безпечність та доступність самої послуги. Обґрунтовано, що вплив доходу та ціни на величину попиту на ринку транспортних перевезень є то значніший, що більш факультативним є характер потреби у перевезенні і навпаки. Визначено, що кожна індивідуальна транспортна послуга, виокремлена із загальної їх маси потреб у транспортуванні, є наслідком первинної потреби, що зумовлює потребу у транспортуванні, просторовою та часовою відстанню між пунктами відправки та призначення, конкретним вантажем/пасажиром чи групою вантажів/пасажирів.

Результати дослідження є важливими для розвитку фундаментальних знань про ринок транспортних послуг. Вони будуть корисними для подальшого розвитку теорії та практики управління транспортним підприємством на ринкових засадах.

Ключові слова: транспортна послуга, декомпозиція, управління, клієнт, стандарти обслуговування.

## **TRANSPORT SERVICES AS AN OBJECT OF ANALYSIS AND MANAGEMENT**

© Hryniv N., Podvalna H., 2015

The transport service is analyzed in terms of the parameters of quality and price. The main factors that form a demand for transport services are determined. The analysis of the factors that determine the concept of transport services quality in the context of their consumer evaluation is conducted. It is investigated how fluctuations of transport services prices affect the demand for them in respect to different basic characteristics of the services. Scientific approaches to a set of factors actualizing the demand for transportation services are analyzed.

The research is carried out in order to study the prerequisites of shaping a demand for transport services.

On the basis of these studies it is found that the material attributes, trust and reliability of the provider, competence, communicability and openness to a client, safety and availability of the services are the attributes that define the concept of transportation services quality. It has been proved that the more optional is the nature of the demand in transportation the more important is the impact of income and prices on the demand. It is observed that each individual transport service, as a part of the total transportation demand, is the result of a primary need. Hence the demand is set for transport, spatial and temporal distance between the points of departure and destination, specific cargo / passenger or group of cargo / passengers.

The results of the research are important for the development of fundamental knowledge about the market of transport services. These results will be useful for the further development of theory and practice of management of transport companies on market principles.

**Key words:** transport service, decomposition, management, customer service standards.

### **Постановка проблеми**

Одним із головних видів діяльності, які реалізуються на ринку логістичних послуг, є надання послуг з транспортування вантажів. Попит на ці послуги виникає з потреби переміщення товарів з метою задоволення конкретних індивідуальних/групових потреб. Інтенсифікація процесу товарообміну, в т. ч. у міжнародному масштабі, процеси спеціалізації виконання окремих видів діяльності спричиняють значний розвиток ринку транспортних послуг. Пов'язано це також із вагомістю ролі, яку відіграє транспортування в господарських процесах, забезпечуючи належне функціонування усіх галузей економіки. Світова економіка ставить перед транспортною галуззю щораз масштабніші завдання, які виникають із зростаючих обсягів виробництва та збільшення рівня спеціалізації і кооперації в рамках організування процесу виробництва.

Враховуючи частоту, сферу зацікавлень та роль послуг вантажних перевезень особливої актуальності набуває питання аналізування та управління ними. В теорії та практиці існують різні методи, техніки і знаряддя аналізу транспортної послуги, і їхнє різноманіття може слугувати опосередкованим свідченням вагомості проблеми, що розглядається.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій**

У доступній фаховій літературі, присвяченій логістичній тематиці, питанню управління транспортними послугами відводиться вагома роль. Зокрема, ролі транспортних послуг в загальному управлінському контексті присвячені праці В. Г. Галабурди, Н. І. Чухрай, М. Цесельського, А. Шимоніка та ін.

Так, праця В. Галабурди та співавторів [1] привертає увагу до маркетингової тематики у транспортній галузі із суттєвим наголосом на використання математичного апарату для розрахунків у межах маркетингу-мікс.

У працях М. Седля та Л. Сімака [6], Шимоніка та співавторів [7] транспортну послугу як об'єкт дослідження розглядають в контексті формування доданої вартості для клієнта протягом усього ланцюга поставок. Отже, її роль та місце автори зводять виключно до функції переміщення вантажів у просторі, нехтуючи усім асортиментом суміжних до транспортування послуг, врахування якого власне і уможливило об'єктивне оцінювання та порівняння конкурентних пропозицій на відповідному ринку.

У цьому аспекті вигідно відрізняється підхід, який запропонували Н. Чухрай та О. Гірна [3], коли сам процес транспортування розглядається як інтегральна складова логістичного обслуговування клієнта. При цьому межі транспортної послуги чітко автором не виокремлюється, що можна вважати виправданим з огляду на комплексність проблем, які підлягають аналізу.

Окремо на питанні управління послугами з транспортування концентруються такі науковці, як С. В. Смерічевська, М. В. Шевченко, Г. Роса та ін. Так, перевагою наукових праць С. Смерічевської та Г. Роси є їхня практична спрямованість, використання як інформаційної бази для обґрунтування власних висновків широкого масиву статистичних даних, авторських досліджень [2, 6]. Аналогічні атрибути наявні у посібнику М. Шевченко [4] з детальним аналізом змісту транспортного обслуговування на усіх його етапах: від прийняття принципового рішення про необхідність перевезення, поточного контролю та контролю апостеріорі. Однак робота цього автора має, вузький профіль застосування у підгалузі залізничних перевезень.

Отже, у вищезгаданих працях недостатньо уваги приділяється комплексному погляду на такий об'єкт аналізу та управління, яким є логістична послуга.

### **Постановка цілей**

Цілями статті є обґрунтування необхідності змістовного наповнення транспортної послуги із врахуванням споживчих преференцій, розроблення і апробація підходу до комплексного аналізування послуги з транспортування.

### **Виклад основного матеріалу**

Транспортування є діяльністю, метою якої є переміщення в просторі. Аналізуючи цей вид діяльності, можна зауважити, що він ґрунтується на платному наданні послуг, які дають ефект у вигляді переміщення людей та вантажів, а також надання супутніх послуг. З економічного погляду “транспортування є виробничим процесом, завдяки якому в умовах обмежених засобів забезпечується переміщення осіб, вантажів, енергії в просторі з метою задоволення індивідуальних і групових потреб” [1, с. 284]. Отже, якщо транспортування є виробничим процесом, то в його результаті виникає продукт, який в цьому випадку є транспортною послугою. Для того, щоб реалізувати цю послугу, необхідними є безліч елементів, таких як транспортні засоби, інфраструктура, кваліфікований персонал та правила, згідно з якими транспортні послуги надаються [7, с. 32]. Усі ці елементи формують транспортну систему, під якою розуміють сукупність взаємопов'язаних чинників, що містять згадані елементи.

Транспортування широким загалом сприймається як діяльність з обслуговування певним чином окресленого кола клієнтів, які “споживають” транспортну послугу. З цього факту випливає її нематеріальний характер. Нематеріальний характер послуги зумовлює чергову специфічну для транспортної послуги характеристику, а саме єдності місця, часу, обсягу її виробництва та споживання. Під час виробництва транспортних послуг не можна сформувати відповідні “запаси

готової продукції”. Такий стан справ часто спричиняє наявність значних невідповідностей між фактичним попитом на транспортні послуги, з одного боку, та можливостями їх задоволення профільними підприємствами, з іншого. Тому виробляти транспортні послуги можна лише в часових рамках, в яких було заявлено про потребу в їх наданні. У цих часових рамках заявлені потреби у транспортуванні повинні бути нижчими порівняно із максимальним потенціалом транспортного підприємства, а саме підприємство повинно мати у диспозиції надлишок транспортних засобів. В іншому випадку може виникнути ситуація, яку в маркетингу характеризують як “втрачені продажі”. Ринок транспортних послуг також характеризується значною нерівномірністю попиту на такого типу послуги, що також зумовлює формування локальних ринків, які виникають у відповідь на неспроможність великих логістичних операторів охопити значні території.

Також специфічною ознакою послуг з вантажоперевезень є її предмет – вантаж, що підлягає перевезенню. Зі зміною місця вантажу пов’язана інша характеристика цього роду послуг – просторовість, під якою розуміють можливість зміни місця матеріальних об’єктів. Окрім цього, транспортні послуги є доволі капіталомісткими, що зумовлює необхідність утримання відповідних транспортних засобів, а також створення можливостей для належного обслуговування вантажів в розподільчих/дистрибуційних центрах [4, с. 10]. Сутністю послуг з транспортування є також низька цінова еластичність попиту на них, підтвердженням чого в останні роки є реагування попиту на них із збільшенням цін профільних підприємств: такі дії не спричиняють зниження попиту, оскільки поставка переважної більшості споживчих товарів передбачає необхідність транспортування їх з місця виробництва до місця продажу.

На етапі проведення переговорів між надавачем та споживачем транспортної послуги з’являється загроза конфлікту сторін. Це пов’язано з тим, що будь-які погодження стосуються майбутніх періодів, тоді як послуги з транспортування (про що говорилось раніше) неможливо надати “про запас”. Тому виробництво цих послуг потребує сталого і тісного контакту обох сторін.

Вищенаведені характерні особливості спричиняють певні наслідки як для господарюючих суб’єктів, які пропонують послуги з перевезення, так і для їхнього споживача. У першому випадку ці характеристики означають те, що транспортне підприємство повинно бути в постійній готовності до отримання замовлення, інакше кажучи, так запланувати використання транспортних засобів, щоб мати їх резерв у певній величині на непередбачені замовлення. З іншого боку, слід розуміти, що такого роду резерви генерують втрати, які повинні покриватись за рахунок засобів, що також знаходяться у використанні.

Щодо наслідків для клієнта, то серед найбільш очевидних можна згадати, наприклад, необхідність передоплати за ще не надану послугу, відсутність як технічної, так і юридичної підстави для відмови від неї в процесі безпосереднього “споживання”. І хоча клієнт не усвідомлює вищезгаданих наслідків, він вибирає серед різних пропозицій транспортних послуг, які можуть не мати такого “навантаження” [6, с. 160].

Наслідки характерних особливостей послуг з транспортування наведено у табл. 1.

Таблиця 1

### Наслідки характерних особливостей транспортних послуг

Наслідки для перевізників		Наслідки для клієнтів	
Організаційні	Економічні	Організаційні	Економічні
Пропонування можливостей з транспортування, а не власне транспортних послуг.	Наявність втрат з огляду на потребу утримання резервів можливостей з транспортування.	Відсутність можливості вибору на ринку транспортної послуги; натомість необхідність вибору її надавача	Виникнення непередбачених витрат внаслідок не належним чином наданої транспортної послуги

Наслідки для перевізників		Наслідки для клієнтів	
Організаційні	Економічні	Організаційні	Економічні
Неповне використання основних фондів у періоди “затишшя”	Наявність витрат, пов’язаних із перевантаженістю транспорту у пікові періоди	Брак можливості відмови від послуги в процесі її “споживання”	Поширена практика передоплати за надання транспортної послуги
Необхідність утримання резервів можливостей з транспортування на випадок непередбачених флуктуацій попиту	Нижча якість послуг, що надаються у пікові періоди. Вищі сукупні витрати у зв’язку із згаданими обставинами	Брак можливості обміну послуги після її реалізації	

Джерело: сформовано на підставі [5, с. 41]

За своїм змістом транспортна послуга є поняттям комплексним, яке передбачає не лише фізичне переміщення певного об’єкта в просторі. Якщо брати за основу саме так окреслену послугу з перевезення, при плануванні комплексного обслуговування клієнтів транспортним підприємством слід враховувати той факт, що така “база” потенційно генерує цілий спектр суміжних послуг, які в глобальному масштабі набули значного поширення. Окрім іншого, про це свідчать дані, подані в табл. 2.

Таблиця 2

### Послуги, що найчастіше замовляються логістичним операторам

№ з/п	Послуга	Період, рр.		
		2010, %	2012, %	2014, %
1	Внутрішньодержавні перевезення	83	71	80
2	Міжнародні перевезення	75	78	70
3	Складування	74	62	67
4	Митне оформлення	58	48	53
5	Експедиція вантажів	53	57	51
6	Зворотна логістика (усунення неполадок, ремонт, повернення)	35	27	36
7	Документальне обслуговування	28	17	33
8	Послуги, що додають споживчої вартості товарам: етикетування, пакування, комплектування тощо	36	24	30
9	Крос-докінг	38	26	30
10	Планування та управління процесом транспортування	31	23	25
11	Формування, перетворення, виконання замовлень	16	14	18
12	Управління запасами	–	21	18
13	Управління ланцюгом поставок	18	11	15
14	Логістика запасних частин	–	14	14
15	Інформаційні технології	20	15	14
16	Управління транспортним парком	15	10	13
17	Послуги LLP (Lead Logistics Provider) / 4PL	13	9	11
18	Обслуговування клієнта	13	11	5
19	Послуги, пов’язані із забезпеченням “зеленої” логістики	–	4	3

Джерело: сформовано на підставі [8]

Як бачимо з табл. 2, транспортні підприємства поступово трансформуються у надавачів цілого спектру логістичних послуг, що ускладнює як управління ними, так і їхнє аналізування. При цьому 70 % усіх логістичних витрат припадає власне на транспортування [2, с. 92]

Якість транспортного обслуговування характеризується не лише економічністю доставки. Ефективність функціонування споживачів транспортних послуг залежить як від величини тарифу на доставку, так і від таких аспектів якості доставки, як своєчасність, схоронність та ін. На практиці при виборі варіанта доставки відправники вантажу і вантажоодержувачі часто враховують лише основну частину витрат, пов'язаних з доставкою, – транспортні витрати. Інші витрати, зумовлені недостатнім рівнем якості доставки, враховують зазвичай як витрати основного виробництва. Отже, фактичний вплив транспорту на ефективність основного виробництва є значно більшим, ніж це впливає із суми транспортних витрат. Це відповідає сучасному підходу до обслуговування клієнта з перспективи філософії, коли саме обслуговування підноситься до глобального зобов'язання задовольнити його потреби якнайкраще [3, с. 21].

В удосконаленні рівня якості системи доставки вантажів зацікавлені не тільки споживачі транспортних послуг, в яких велика частка транспортних витрат у вартості їхньої продукції, але і ті, в яких ця частка невелика, але через недостатньо високий рівень якості доставки витрати значні (неможливість застосування ефективних виробничих технологій, необхідність збереження великих запасів і т. п.).

Для того, щоб вибрати систему доставки вантажів, що забезпечує високий рівень наданого обслуговування, потрібно виявити, які саме вимоги в клієнта до системи доставки і за допомогою яких параметрів споживач оцінює ступінь задоволення цих вимог? Безсумнівно, згодом ці вимоги змінюються, відповідно змінюється і ступінь їхнього задоволення. Однак для забезпечення повноти вирішення завдання вибору треба виявити всі можливі вимоги споживачів.

Для цього необхідно постійно відстежувати зміни у вимогах споживачів і використовувати такі методи, як анкетування, структуровані інтерв'ю, фокусування на окремих групах тощо. Крім безупинного вивчення запитів споживачів необхідний моніторинг ринкових факторів, що змінюються.

Стандарти обслуговування гарантують клієнтам задекларований підприємством перелік благ, які вони можуть отримати водночас з послугою. Стандарти обслуговування визначають правила роботи працівників сервісного комплексу і ґрунтуються на часових критеріях, показниках надійності і показниках, пов'язаних із втратами та пошкодженнями. Ці правила є обов'язковими для виконання, що гарантує високу якість всіх послуг і задоволення вимог покупців.

Спосіб, який дає змогу системно аналізувати транспортні послуги на досліджуваному підприємстві, має передбачати врахування усіх послуг, які можуть ним надаватися в процесі обслуговування клієнтів. Як уже зазначалось, сам процес транспортування супроводжується цілим рядом супровідних дій. Неврахування їх при аналізованні транспортної послуги не дасть змоги робити адекватні висновки щодо ефективності організування процесу обслуговування клієнта, необхідності запровадження регулятивних дій з боку керівництва, скерованих на процесну оптимізацію транспортної послуги.

Отже, метод, який застосовують для аналізування транспортної послуги, має ґрунтуватися на принципах:

- комплексності: враховувати весь спектр процесів, необхідних для надання транспортної послуги;
- точності: мати чіткі параметри для кількісного оцінювання;
- відповідати принципу “леза Окхама”: враховувати в процесі аналізу лише основні дії, що виконуються в процесі обслуговування клієнта, які реально впливають на якість транспортної послуги.

Відповідно до вище зазначених принципів нами запропоновано застосування авторської розробки – TRW-аналізу (transportation – транспортування, reloading – перевантаження, warehousing – складування), який, вважаємо, дає змогу комплексно моніторити надання транспортних послуг на транспортних підприємствах, охоплюючи, крім “бази”, усі суміжні сфери, які в комплексі формують транспортну послугу.

Для аналізу нами обрано ТзОВ “Універсальна логістична компанія”, яка є класичним 3PL-оператором логістичних послуг з регіональним (частково національним) масштабом діяльності. Для

аналізу було обрано транспортну послугу, яку за усіма параметрами можна вважати найбільш затребуваною у клієнтів підприємства (вибір було здійснено на підставі аналізу внутрішньої документації підприємства).

Дії, які передують транспортній послугі в даному підприємстві, є її попереднє аналізування, що проводить спеціально визначена особа. Завдяки таким підрахункам можна спостерігати, якою є різниця між запланованим часом операції та часом її реального виконання. Дані аналізу подано в табл. 3 і 4.

Декомпозицією обраної транспортної послуги можна проаналізувати ефективність організування процесу клієнтського обслуговування в розрізі окремих процесів та виявити відхилення від запланованих показників.

Таблиця 3

**TRW-аналіз обраної послуги ТзОВ “Універсальна логістична компанія”:  
порівняння планових та фактичних показників**

Процес	Фактичні показники		Планові показники		Відхилення	
	Час, хв.	Кількість повторів	Час, хв.	Кількість повторів	Час, хв.	Кількість повторів
Перевантаження	116	2	120	2	-4	-
Транспортування	586	3	600	3	-14	-
Контроль транспортного засобу	101	4	90	4	11	-
Очікування	60	2	30	2	30	-

Джерело: власні дослідження авторів

Такий підхід важливий з огляду на те, що серед вітчизняних транспортних підприємств (зокрема, у досліджуваному підприємстві) все поширенішою стає практика декларування стандартів обслуговування, які містять конкретні вимірювані величини, зокрема за часом обслуговування. З огляду на це моніторинг дотримання цих стандартів задля виявлення можливих відхилень стає необхідністю, без якої неможливо забезпечити якість транспортної послуги.

Таблиця 4

**TRW-аналіз транспортної послуги ТзОВ “Універсальна логістична компанія”  
в розрізі конкретних операцій станом на 2013 р.**

№ з/п	Пункт призначення	Відповідальна особа	Принцип виконання	Процес**	Опис	Відстань, км.	Вага, т.	Час (хв.)			
								К	Т	П	О
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Транспортна база фірми***	Механік	Візуально	К	Візуальний технічний контроль ТЗ*			20			
2	Транспортна база фірми	Водій	Транспортний засіб	Т	Виїзд водія на місце завантаження	2			10		
3	Паркінг	Водій	Транспортний засіб	О	Очікування на завантаження						38

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
4	Склад клієнта	Працівник складу	Автонавантажувач	П	Завантаження ТЗ	0,05	20			61	
5	Склад клієнта	Водій	Візуально	К	Контроль розміщення вантажу у ТЗ		20	16			
6	---	Водій	Транспортний засіб	Т	Виїзд за місцем призначення	215	20		300		
7	---	Водій	Візуально	К	Технічний контроль під час зупинок		20	10			
8	Паркінг	Водій	Транспортний засіб	О	Очікування на розвантаження		20				22
9	Склад клієнта	Працівник складу	Автонавантажувач	П	Розвантаження та складування	0,09	20			55	
10	Транспортна база фірми	Водій	Транспортний засіб	Т	Повернення водія на транспортну базу	214			276		
11	Транспортна база фірми	Механік	Засоби діагностики	К	Технічний контроль ТЗ			55			
					Всього	432	20	101	586	116	60

Джерело: власні дослідження авторів

\* - транспортний засіб

\*\* - К – контролювання транспортного засобу; Т – транспортування; П – перевантаження; О – очікування.

\*\*\* - автобаза ТзОВ "Універсальна логістична компанія"

На підставі проведеного аналізу можна чітко окреслити, які елементи процесу надання транспортної послуги клієнтові займають найбільше часу (а отже, мають найбільший резерв для оптимізації), а які найменше. У нашому випадку власне перевезення вантажу займає 68 % загального часу, передбаченого на послугу. Звичайно, час, який займає безпосередньо транспортування, є тим елементом, який залежить від багатьох чинників, зокрема від напруженості транспортного потоку на запланованому маршруті, якості дорожнього покриття. Ці чинники є об'єктивними, а отже, такими, на які підприємство не має впливу. Однак, варто звернути увагу на те, що існує можливість скорочення часу всієї транспортної послуги, розглядаючи такі її елементи, як швидкість завантаження/розвантаження, технічний контроль транспортного засобу, час очікування на завантаження/розвантаження.

Одним із конкретних прикладів оптимізації використання часу в процесі надання послуги може бути ситуація, в якій знаходиться водій під час очікування на завантаження. Вільний від виконання будь-яких завдань, він може паралельно здійснювати операції, пов'язані із технічним контролем стану транспортного засобу.

### Висновки

Запропонована та апробована методика аналізування послуги з транспортування вантажів дає змогу здійснити її процесну декомпозицію до рівня, достатнього для виявлення у ній слабких ланок. Такі ланки потребуватимуть заходів управлінського впливу з метою подальшого синтезу кожної із виокремлених складових у інтегроване ціле, яким є транспортна послуга.

Зміни, які виникають на ринку логістичних послуг, насамперед – послуг з транспортування – поставили виробничі підприємства та підприємства, що працюють у сфері послуг, в якісно нову ситуацію, в якій їх виживання та розвиток залежать від можливості пристосування до змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі. Такий стан справ зумовлює важливість структурних змін у їхній актуальній ринковій поведінці. Необхідність цих змін стосується всього комплексу дій, пов'язаних із способом прийняття оперативних і стратегічних рішень, принципів планування



ринкової діяльності, графіка оновлення транспортного парку, зростання ефективності використання транспортно-експедиційних можливостей профільних підприємств, а також джерел нагромадження та напрямів використання капіталу.

### **Перспективи подальших досліджень**

Пізнання сутності інтеграційної ролі транспортних послуг, їх ідентифікація в аспекті обслуговування логістичних ланцюгів, беззаперечно, має наукове значення. Проблематика інтеграційної ролі транспортних послуг у логістичних системах є доволі новою і в умовах перманентних змін на ринку логістичних послуг набуває особливої ваги, передусім завдяки тому, що сприяє підвищенню якості послуг та стає одним із вагомих чинників конкурентоспроможності. Тому подальші дослідження в за окресленою тематикою вважаємо беззаперечно актуальними.

1. Галабурда В. Г. *Транспортный маркетинг: учебник* / В. Г. Галабурда, Г. В. Бубнова, Е. А. Иванова и др.; под ред. В. Г. Галабурды. – М.: ФГОУ “Учебно-методический центр по образованию на железнодорожном транспорте”, 2011. – 452 с. 2. Смерічевська С. В. *Стратегія формування транспортно-логістичних кластерів України: інноваційний та інтелектуальний підходи: монографія* / С. В. Смерічевська, Т. В. Ібрагімхалілова. – Донецьк: ВІК, 2013. – 360 с. 3. Чухрай Н. І. *Формування ланцюгів поставок: питання теорії і практики: монографія* / Н. І. Чухрай, О. Б. Гірна. – Львів: Видавництво “Інтелект-Захід”, 2006. – 231 с. 4. Шевченко М. В. *Логистика транспортных услуг: анализ возможностей и прогнозирование потребностей* / М. В. Шевченко. – Ростов: ФГБОУ ВПО РГУПС, 2012. – С. 150. 5. Rosa G.: *Usługi transportowe. Rynek – Konkurencja – Marketing* / G. Rosa. – Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, 2006. – 216 с. 6. Siedl M. *Integracja transportu w systemach logistycznych* / M. Siedl, L. Simak // *Zeszyt naukowy “Logistyka i transport”*. – 2012. – № 1 (8) – С. 159–169. 7. Szymonik A. *Zarządzanie zapasami i łańcuchem dostaw* / A. Szymonik, I. Mowak, J. Szymonik. – Warszawa: Wydawnictwo Difin, 2013. – 323 с. 7. *3rd Party Logistics Study-2010, 2012, 2015 [PDF documents]*. <http://www.3plstudy.com/downloads/previous-studies/> (23 лютого 2015 р.)