

Олег ЗАМОГИЛЬНИЙ

аспірант освітньо-наукової програми «Менеджмент»,
Національний університет «Львівська політехніка»

Андрій МАРЦЕНЮК

аспірант освітньо-наукової програми «Менеджмент»,
Національний університет «Львівська політехніка»

ЗНАЧЕННЯ ЯКОСТІ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ДЛЯ ТАРИФОУТВОРЕННЯ

У сучасних умовах війни та глобалізації українські компанії опинилися в умовах як потреби локалізації постачання так і в реаліях забезпечення безперебійного транспортного забезпечення діяльності. У свою чергу це забезпечує високу конкуренцію між логістичними компаніями, зіштовхуються з потребою не лише забезпечувати ефективне переміщення вантажів, а й підтримувати високий рівень якості обслуговування при прийнятному рівні витрат [1]. Одним із ключових викликів є досягнення балансу між економічною ефективністю та сприйняттям якості транспортних послуг клієнтами.

З одного боку, споживачі логістичних послуг зацікавлені в зниженні витрат на транспортування, що напряму впливає на кінцеву вартість продукції. З іншого боку, надмірне скорочення витрат може призвести до зниження рівня обслуговування, затримок у доставці, зниження надійності, що формує негативне сприйняття якості послуг [2; 3]. Метою даного дослідження є аналіз впливу тарифної політики та структури витрат на сприйняття якості транспортно-логістичних послуг з боку клієнтів. Було досліджено, наскільки ціна логістичних послуг корелює з очікуваннями замовників щодо якості, а також запропоновано підходи до оптимізації співвідношення «ціна-якість» у сфері транспортної логістики.

Якість вантажних перевезень оцінюється за кількома ключовими критеріями, які в сукупності відображають ефективність, надійність і рівень обслуговування. Показники, які можуть при цьому використовуватися [4]: 1. Своєчасність

доставки (точність з узгодженим графіком, затримки або прострочки негативно впливають на якість). 2. Збереження вантажу (пошкодження, втрати або псування під час перевезення, рівень безпеки та дотримання умов транспортування (температура, вологість тощо)). 3. Повнота виконання замовлення (повнота доставлення, відповідність супровідним документам (накладні, пакувальні листи тощо)). 4. Інформаційна підтримка та відстеження (можливості відстеження вантажу в режимі реального часу, оперативне інформування клієнта про зміни в маршруті або статусі доставки). 5. Якість обслуговування клієнтів (професійність персоналу, оперативність реагування на запити, скарги або нестандартні ситуації). 6. Тарифна політика (відповідність вартості перевезення рівню сервісу, можливість оптимізації витрат без втрати якості). 7. Гнучкість і надійність (здатність перевізника адаптуватися до змін умов (наприклад, термінові замовлення, змінені маршрути), стійкість до зовнішніх факторів (погодні умови, затори, форс-мажори).

На основі аналізування тарифів та витрат підприємств, які надають послуги із перевезення вантажів та оцінки їх послуг замовниками, побудовано модель залежності очікувань та фактичних тарифів-витрат і задоволеності споживачів. Поряд із іншими факторами тарифи та витрати цілком можна використовувати як індикатор якості – але важливо, як саме їх інтерпретувати. Оцінка якості перевезень через призму вартості повинна враховувати співвідношення «ціна/цінність послуги для споживача». На думку менеджменту підприємств, з якими співпрацювали автори, оцінювати якість послуг з перевезення вантажів можна за тарифами. Баланс «ціна / якість» – якщо тариф нижчий за середньоринковий, але якість при цьому висока. Якщо тариф вищий, але при цьому сервіс стандартний або нижчий варто проводити анкетування або використовувати рейтинг суб'єктивного враження замовників. Собівартість перевезення (власна аналітика перевізника) для внутрішніх перевізників дає джерела інформації чи є необґрунтовані витрати, які знижують ефективність. Це можна оцінити за показником «вартість за 1 км / т» у динаміці – і

відслідковувати тенденції. Порівнювати тарифи з конкурентами або середнім ринковим рівнем по тому ж маршруту, типу вантажу, сервісу. Якщо ціна вище ринку, але є додаткові сервіси (надійність, швидкість, трекінг), це виправдано.

Визначення чутливості замовників послуг вантажних перевезень до тарифів (тобто цінової еластичності попиту) дає змогу зрозуміти, наскільки зміна ціни впливає на обсяг замовлень. Покроковий підхід до оцінки цієї чутливості включає аналіз даних про зміну тарифів компанії в різні періоди; обсяги замовлень (у тоннах, рейсах, км, грн); зовнішні чинники (сезонність, конкуренція, паливні ціни тощо), щоб визначити, як зміни тарифів впливали на попит у минулому. Сам же ж розрахунок цінової еластичності попиту відображатиме лише історичний аспект можливих тенденцій. Надійнішим є опитування та фокус-групи з клієнтами щодо питання такого типу: якою мірою зростання тарифу на 10% вплине на ваш вибір перевізника, або які додаткові послуги для вас важливіші за низький тариф. Це дозволяє зрозуміти не лише поведінку, але й мотивацію клієнтів. Часто використовуються тестування тарифів або пілотні зміни тарифів шляхом тимчасового підвищення або зниження цін для окремої категорії клієнтів або регіону. На основі сегментації клієнтів можна визначити чутливість їх до ціни, яка може суттєво відрізнятись залежно від типу клієнта (B2B або B2C), галузі (будівництво, агросектор, торгівля тощо), обсягів замовлень на перевезення. Опитані керівники компаній відзначають, що великі постійні клієнти можуть бути менш чутливими до цін, ніж одноразові замовники. Поєднання кількісних методів (аналіз даних, еластичність) і якісних (опитування, тестування) дає найповніше розуміння того, як клієнти реагують на зміну тарифів.

Узагальнення аналітичних висновків про основні фактори, які впливали на вартість перевезення у даних проаналізованих компаній дали результати щодо основних факторів, які формують ціну перевезення, це – маршрути та кілометраж, це видно із майже лінійної залежності. Особливо це помітно для рейсів понад 1500 км – ставки значно вище середніх; тип вантажу та тоннаж напряду

впливає на фрахт, особливо якщо це міжнародний рейс; замовники та конкретні клієнти мали стабільно високі оплати за км, незалежно від відстані; курс валют (впливає на іноземні рейси) – при коливаннях курсу виторг у гривнях змінюється навіть при стабільних євро-контрактах; витрати на паливо (ДП), коли заправки відбувались за різною ціною і обсягом, паливний коефіцієнт (розхід на 100 км) коливався від ~26 до ~34, що показує залежність від маршруту, завантаженості, типу траси (гори/рівнина); тривалість рейсу (днів у дорозі) – більша кількість днів – більше витрат на добові і зарплату водія, ще теж враховано у вартості перевезення; додаткові витрати, штрафи, ремонти, мита, готівкові розрахунки по ходу рейсу також фіксувалися і впливали на чистий прибуток; комбіновані рейси – багато рейсів мають декілька точок доставки або «внутрішніх» замовників після основного.

Список використаних джерел

1. Бикова А. Проблеми української логістики та шляхи їх вирішення. Logist Today. 2022. 26 серпня. URL : https://logist.today/uk/osoboe_mnenie/2022-08-26/problemu-ukrainskoj-logistiki-i-puti-ih-resheniya/
2. Мокряк А. Про підсумки 2022 року для української логістики та прогноз на 2023 рік. Logist.fm. URL : <https://logist.fm/publications>
3. Найкращі логістичні компанії України: рейтинг WareTeKa 2023. URL : <https://wareteka.com.ua/uk/blog/logistichnih-kompanij-ukrayini-rejting/#title2>
4. Сачинська Л. В. Управління логістичними витратами підприємства. Основи теорії : навч. посіб. / за заг. ред. Сачинська Л.В. 2-ге вид., допов. і переробл. Львів : Нац. ун-т «Львівська політехніка» ; «Інтелект-Захід», 2012. 456 с.