



Економічні горизонти

ISSN 2522-9273 (print)
ISSN 2616-5236 (online)

Economies' Horizons,
No. 4(7), pp. 223–229.

DOI: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(7\).2018.212652](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(7).2018.212652)

Homepage: <http://eh.udpu.edu.ua>

УДК 339.13:[656.073:656.13](477)

Концептуальна модель механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом

Ю. В. Мазур¹

Стаття надійшла: 23.11.2018

Стаття прийнята: 18.12.2018

Мазур Ю. В. Концептуальна модель механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом. *Економічні горизонти*. 2018. № 4(7). С. 223–229. DOI: [10.31499/2616-5236.4\(7\).2018.212652](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(7).2018.212652).

Анотація. Метою статті є розробка концептуальної моделі механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги з перевезення вантажів автомобільним транспортом та обґрунтування факторів впливу зовнішнього і внутрішнього середовища. **Методологія.** У процесі дослідження були використані наступні методи: теоретичні та емпіричні дослідження, аналіз та узагальнення показників; статистична та аналітична обробка даних для виявлення тенденції розвитку видів економічної діяльності, які користуються послугами автотранспорту для перевезення. **Результати.** У статті доведено, що для більшості компаній розрив між попитом і пропозицією нині є серйозною проблемою, не є винятком й автотранспортні підприємства: пропозиція транспортних послуг перевищує платоспроможний попит, що загострює внутрішньогалузеву конкуренцію. Здійснено аналіз досліджень та публікацій щодо проблем розвитку ринку транспортних послуг, механізму формування попиту та пропозиції. Визначено, що пропозиція адаптується до мінливого попиту, що унеможлиблює тривалий дефіцит, але пропозиція формує та стимулює попит на вже наявні на ринку товари й послуги. Обґрунтовано визначення механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезень вантажів автомобільним транспортом як динамічної системи, що містить такі елементи: процес збирання, обробки та аналізу інформації про попит і пропозицію послуг перевезення вантажів, оцінку їх збалансованості та напрями й заходи стимулювання попиту і регулювання пропозиції послуг перевезення вантажів. Окреслено фактори, які впливають на розвиток попиту автомобільних перевезень в Україні, – зростання обсягів виробництва продукції, розвиток роздрібної та оптової торгівлі, збільшення реальних доходів населення, зниження рівня інфляції та споживчих цін, корупція, стан та якість транспортної інфраструктури, рівень безпеки дорожнього руху і перевезень вантажів, інвестиції в галузь, ризики господарської діяльності, надзвичайні ситуації, ціни на паливно-мастильні матеріали тощо. Подано кількісну характеристику вітчизняних підприємств на ринку міжнародних автомобільних перевезень, а також загальну кількість автомобілів на ринку транспортних послуг. Висвітлено тенденції розвитку видів економічної діяльності, що користуються послугами автотранспорту для перевезення, серед яких сільське, лісове та рибне господарства; добувна промисловість; переробна промисловість; будівництво;

¹ ПрАТ «Вищий навчальний заклад «Міжрегіональна Академія управління персоналом»; аспірант; викладач кафедри маркетингу; ідентифікатор ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9319-5182>; e-mail: rvn.777.2015@gmail.com.

оптова та роздрібна торгівля. Представлено розроблену автором концептуальну модель механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом, у якій визначено джерела інформаційного забезпечення функціонування механізму та напрями і заходи збалансування попиту і пропозиції перевезення вантажів автомобільним транспортом. *Практичне значення.* За результатами дослідження вказано на необхідність організації діяльності суб'єктів господарювання, які надають послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом, на основі концепції маркетингу: вибір найбільш ефективних для підприємця-перевізника видів перевезень і послуг; проведення аналізу транспортних потреб щодо перевезення вантажів і можливостей підприємств їх задовольнити; розробка раціональних технологій і систем товароруку; планування розвитку перевезень і послуг *Перспективи подальших досліджень.* На основі проведеного дослідження окреслено перспективи подальшого розвитку як наукової так і практичної складової організації послуг перевезення вантажів автомобільним транспортом, на основі концепції маркетингу.

Ключові слова: послуги, перевезення вантажів, автомобільний транспорт, попит, пропозиція, механізм.

Кількість джерел: 6; кількість таблиць: 1; кількість рисунків: 1; кількість формул: 0.

JEL Classification: D50, L92, M31.

Conceptual model of the mechanism of balancing supply and demand for freight transportation services by road

Yuliia V. Mazur¹

Received: 23 November 2019
Accepted: 18 December 2019

Mazur, Yu. V. (2018), "Conceptual model of the mechanism of balancing supply and demand for freight transportation services by road", *Economies' Horizons*, no. 4(7), pp. 223–229, doi: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.4\(7\).2018.212652](https://doi.org/10.31499/2616-5236.4(7).2018.212652).

Abstract. *The purpose of the research.* The aim of the article is to develop a conceptual model of the mechanism of balancing supply and demand for freight transportation services by road and the justification of the influence of external and internal environment. *Methodology.* In the process of research, the following methods were used: theoretical and empirical research, analysis and synthesis of indicators; statistical and analytical data processing to identify trends in the types of economic activity that use road transport services for transportation. *Results.* The article proves that for most companies the gap between supply and demand is now a serious problem. Road transport companies are no exception, the supply of transport services by which exceeds the solvent demand aggravates intra-industry competition. It is determined that supply adapts to changing demand and makes it impossible to have a long-term deficit. At the same time, supply forms and stimulates demand for existing goods and services in the market. The definition of the mechanism of balancing the supply and demand for freight transportation services by road transport as a dynamic system containing the following elements: the process of collecting, processing and analyzing information about the demand and supply of freight transportation services, assessment of their balance and the directions and measures to stimulate demand and regulate the supply of freight transportation services has been justified. The factors influencing the development of demand for road transportation in Ukraine were determined. These are growth of production volumes, development of retail and wholesale trade, increase of real incomes of population, reduction of inflation level and consumer prices, corruption, condition and quality of transport infrastructure, safety level of road traffic and cargo transportation, investments in the industry, risks of

¹ PJSC "Higher Educational Institution "Interregional Academy of Personnel Management"; Postgraduate Student; Lecture at the Department of Marketing; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-9319-5182>; e-mail: rvn.777.2015@gmail.com.

economic activity, emergency situations, prices for fuels and lubricants. Submitted a quantitative characteristic of domestic enterprises in the international road transport market, as well as the total number of cars in the market of transport services. It highlights trends in the development of economic activities that use road transport services for transportation, including agriculture, forestry and fisheries; extractive industry; processing industry; construction; wholesale and retail trade. The author presents a conceptual model of the mechanism of balancing supply and demand for freight transportation services by road, which identifies the sources of information support for the mechanism operation and directions and measures of balancing supply and demand for freight transportation by road. *Practical meaning.* According to the results of the study indicated the need to organize the activities of business entities that provide freight transportation services by road transport, based on the concept of marketing. In particular, the choice of the most effective for the entrepreneur-carrier types of transportation and services; analysis of transportation needs in the transportation of goods and the ability of enterprises to meet them; development of rational technologies and systems of goods movement; planning the development of transportation and services. *Prospects for further research.* On the basis of the study identified the prospects for further development of both scientific and practical component of the organization of cargo transportation services by road, based on the concept of marketing.

Key words: service, cargo transportation, road transport, demand, supply, mechanism.

Number of references: 6; *number of tables:* 1; *number of figures:* 1; *number of formulas:* 0.

1. Вступ.

З позиції сучасної теорії управління практично будь-які процеси або явища, що відбуваються в державі, суспільстві, економіці в цілому або окремій організації, здійснюються під впливом функціонування певного виду механізму. Основою будь-якого економічного механізму є сукупність або послідовність певних дій, процесів чи явищ. Економічна діяльність разом із взаємозв'язками і взаємодіями представляє мережу процесів організації.

Поняття механізму як системи елементів машини, приладу, апарату, що приводить їх у дію, в економічну науку прийшло з технічної сфери. Уже у другій половині ХХ століття економісти почали використовувати цей термін для опису виробничих і соціальних процесів та їх взаємодії; в економіці складовими механізму визначено різні методи та інструменти.

2. Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблеми розвитку ринку транспортних послуг, механізму формування попиту та пропозиції стали об'єктом дослідження у працях вітчизняних і зарубіжних науковців, як-от: А. Azrylyan (ed.) (2008),

В. Rajzberg, L. Lozovskij and E. Starodubseva (2000), Е. Berzin (2017) та ін.

Проте в наукових джерелах не достатньо уваги приділено механізму формування попиту та пропозиції сучасного ринку перевезень вантажів, автотранспортом; обґрунтуванню проблем, які перешкоджають його ефективному функціонуванню.

3. Методи дослідження.

Під час дослідження використано основні загальнонаукові та спеціальні методи дослідження, а саме: методи теоретичного та емпіричного дослідження, метод аналіз та узагальнення показників; статистичний метод та аналітичний метод.

4. Формулювання цілей дослідження.

Мета цього дослідження полягає в розробці концептуальної моделі механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом та обґрунтуванні факторів зовнішнього і внутрішнього середовища, які на них впливають.

5. Виклад основних результатів та їх обґрунтування.

Ринок є саморегулюючим механізмом, який в умовах досконалої конкуренції та

відсутності трансакційних витрат регулює такі параметри, як: що виробляти? (які товари й послуги?); для кого виробляти? (споживачі продукції чи послуг); у якій кількості? Ринковий механізм ґрунтується на взаємодії попиту та пропозиції й вільному ціноутворенні в конкурентному середовищі, але розрив між попитом і пропозицією нині є серйозною проблемою для більшості компаній, не є винятком автотранспортні підприємства, які здійснюють свою діяльність у сфері перевезень вантажів.

Вітчизняний ринок автомобільних перевезень вантажів – висококонкурентний і фрагментований через наявність значної кількості дрібних перевізників, що надають послуги перевезення вантажів за демпінговими цінами й не забезпечують відповідного рівня сервісу. Отже, пропозиція транспортних послуг перевищує платоспроможний попит, що загострює внутрішньогалузеву конкуренцію. На ринку міжнародних автомобільних перевезень в Україні налічується 24 тис. одиниць автомобілів, що входять в Асоціацію міжнародних автоперевізників, і ще 7 тис. одиниць автомобілів перевізників, які не є членами цієї асоціації. Бар'єри входу на ринок автоперевезень вантажів є невисокими, тому реальних учасників ринку набагато більше, їх кількість постійно зростає завдяки появі на ринку невеликих суб'єктів господарювання, що надають послуги перевезень. Загальна кількість автомобілів на ринку транспортних послуг перевищує 130 тис. одиниць. Великими автомобільними перевізниками вважаються компанії, які володіють понад 100 транспортними засобами. Найбільші мають у розпорядженні до 300 автомобілів. Їх частка в загальній кількості підприємств, які займаються міжнародними автоперевезеннями, не більше 7–10 %. Серед них відомі такі, як: «Транс Сервіс 1», «Європа Транс ЛТД», «Транс Логістика», «КВК Рапід», «Орлан Транс Груп» (*Rajzberg, Lozovskij and Starodubceva, 2000*).

Підприємства-конкуренти приблизно рівні за своїми розмірами та обсягами

виробництва й знаходяться в рівних умовах. Продукція (послуги) підприємств-перевізників позбавлена виражених індивідуальних відмінностей. Низька диференціація та стандартизація продукту в сфері діяльності створює для споживача велику кількість альтернатив і надає можливість його переходу від одного перевізника до іншого, забезпечує високий рівень нестабільності майбутніх доходів і прибутку. Водночас автоперевізники слабо організовані, відсутні ефективні об'єднання й асоціації (за винятком міжнародних автоперевізників, об'єднаних в АСМАП).

Рівень впливу цих факторів визначає характер конкуренції на ринку автоперевезень вантажів і відповідність попиту й пропозиції на транспортні послуги. З одного боку, пропозиція адаптується до мінливого попиту, що виключає тривалий дефіцит, забезпечує високу якість і широкий асортимент продукції та послуг, з іншого – пропозиція формує й стимулює попит, адже попит виникає на ті товари й послуги, які вже наявні на ринку.

Під механізмом в економіці розуміють сукупність процесів, організаційних структур, конкретних форм і методів управління, а також правових норм, за допомогою яких реалізуються діючі в конкретних умовах економічні закони, процес відтворення (*Azrylyian (ed.), 2008*).

У словнику під редакцією А. Н. Азриліяна економічний механізм представлений як специфічна сукупність елементів, станів і процесів, розташованих у послідовності, що знаходяться в певних зв'язках, відносинах і визначають порядок якого-небудь виду діяльності (*Azrylyian (ed.), 2008*).

В економічній теорії широкого поширення набуло поняття «механізм», що має двояке тлумачення – як процес і як ресурси процесу. Відповідно до процесного підходу, механізм – це ресурсне забезпечення процесу, його матеріальна частина, яка містить сукупність взаємопов'язаних елементів, «налаштованих» на виконання функції процесу.

На нашу думку, механізм збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезень вантажів автомобільним транспортом є динамічною системою, яка містить такі елементи: процес збирання, обробки та аналізу інформації про попит і пропозицію послуг перевезення вантажів, оцінку їх зба-

лансованості та напрями й заходи стимулювання попиту і регулювання пропозиції послуг перевезення вантажів. Концептуальна модель механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом представлена на рис. 1.

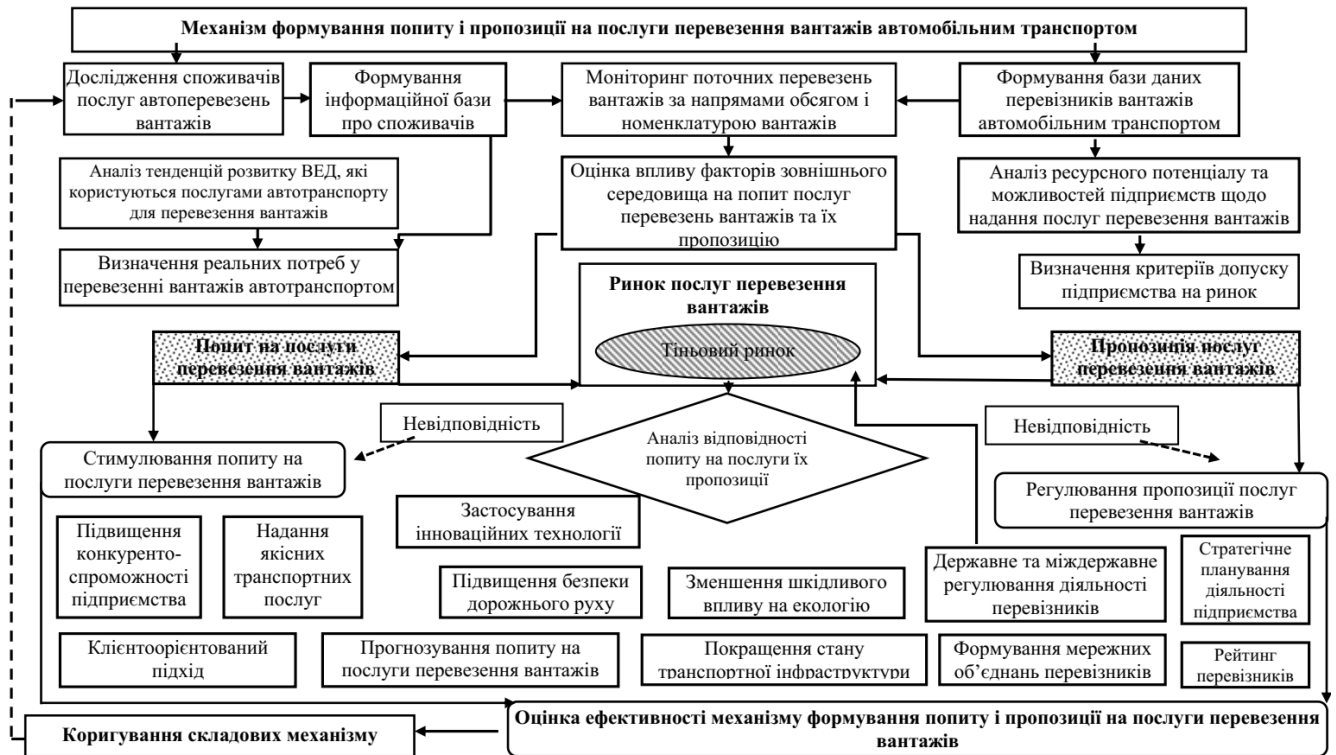


Рис. 1. Концептуальна модель механізму збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом

Джерело: розроблено автором.

Отже, насамперед, необхідно зібрати всю необхідну інформацію для того, щоб визначити реальні потреби споживачів у перевезенні вантажів автотранспортом і можливості перевізників задовольнити наявний і потенційний попит. Для цього слід провести дослідження споживачів послуг автоперевезень вантажів з використанням методів спостереження та анкетування, вивчення статистичних матеріалів, накопичених у банках даних, і сформувати інформаційну базу даних про споживачів.

Необхідно дослідити тенденції розвитку видів економічної діяльності, які користуються послугами автотранспорту для перевезення, це такі, як: сільське

господарство, лісове та рибне господарство; добувна промисловість; переробна промисловість; будівництво; оптова та роздрібна торгівля (табл. 1).

Інформацією про стан ринку автотранспортних послуг забезпечить моніторинг поточних перевезень вантажів за напрямками обсягом і номенклатурою вантажів.

Для отримання інформації щодо пропозиції послуг перевезення вантажів слід провести аналіз ресурсного потенціалу та можливостей підприємств щодо надання послуг перевезення вантажів і виявити критерії допуску підприємства на ринок та сформувати базу даних перевізників вантажів автомобільним транспортом.

Таблиця 1. Вплив зміни показників ВЕД на попит у секторі автоперевезень вантажів в Україні та їх взаємозв'язок протягом 2013–2017 рр.

Показники	2013 рік	2014 рік	2015 рік	2016 рік	2017 рік	R ² (коефіцієнт детермінації)
Сільське господарство, лісове та рибне господарство тощо, млн грн	306998	381227	558788	655569	727352	0,977412
Добувна промисловість, млн грн	153957	156192	186194	253770	344157	0,988103
Переробна промисловість, млн грн	883426	975675	1206047	1458786	1805097	0,998429
Будівництво	167196	162551	188595	240327	326496	0,963165
Оптова та роздрібна торгівля, млн грн	391144	442955	549163	645171	832350	0,99794
Обсяг наданих послуг автоперевезень вантажів, млн грн	23476,5	27050,6	35324,6	45270,7	56420,9	–

Джерело: побудовано на основі (Kolpakova (ed.), 2018; Verner (ed.), 2018; Myslinskyi (ed.), 2018).

На основі аналізу даних визначається відповідність попиту на послуги їх пропозиції. Заходи та методи збалансування попиту і пропозиції на послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом представлені моделі механізму (див. рис. 1).

Формування попиту на перевезення – це, з одного боку, визначення реальних потреб клієнтів (вантажовідправників) щодо перевезення вантажів, а з іншого – активний вплив на ці потреби, їх формування.

Основними принципами формування попиту на вантажні перевезення є такі: орієнтація роботи транспорту на максимальне задоволення інтересів клієнтів; аналіз транспортних і товарних ринків, виявлення потреб клієнтів щодо обсягів перевезень, якості транспортного обслуговування та їх адресне спрямування; активізація інноваційної діяльності в секторі вантажного автомобільного транспорту, забезпечення відповідності транспортних технологій вимогам ринку та структурі попиту на перевезення вантажів; використання цінних і нецінних важелів для стимулювання попиту споживачів на транспортні послуги для перевезення вантажів; планування і прогнозування діяльності транспортного підприємства на основі ситуаційного

підходу з орієнтацією на позитивний кінцевий результат (прибуток, зростання частки транспортного підприємства в обслуговуванні сегмента вантажовідправників тощо).

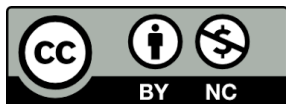
6. Висновки.

Основними факторами зовнішнього середовища, які впливають на попит на автомобільні перевезення вантажів в Україні, є зростання обсягів виробництва продукції, розвиток роздрібної та оптової торгівлі, збільшення реальних доходів населення, зниження рівня інфляції та споживчих цін, інфляція, корупція, стан та якість транспортної інфраструктури, рівень безпеки дорожнього руху і перевезень вантажів, інвестиції в галузь, ризики господарської діяльності, надзвичайні ситуації, ціни на паливно-мастильні матеріали тощо.

Отже, необхідна організація діяльності суб'єктів господарювання, які надають послуги перевезення вантажів автомобільним транспортом, на основі концепції маркетингу: проведення аналізу транспортних потреб щодо перевезення вантажів і можливостей підприємств їх задовольнити; вибір найбільш ефективних для підприємця-перевізника видів перевезень і послуг; розробка раціональних технологій і систем товароруку; планування розвитку перевезень і послуг.

References

- Azrilijan, A. N. (ed.), Azrilijan, O. M., Kalashnikova, E. V. and Kvardakova, O. V. (2008), *Jekonomicheskij slovar'* [Economic dictionary], In-t novej jekonomiki, Moskva, 1152 p.
- Berzin, E. (2017), "What hinders the development of road freight transport in Ukraine", available at <https://delo.ua/business/chto-meshaet-razvitiju-avtomobilnyh-gruzovyh-perevozok-v-ukraine-329151/> (Accessed: 15.09.2018).
- Karmazina, O. O. (2018) *Transport i zv'язok Ukrainy 2017* [Transport and communications of Ukraine 2017], Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 168 p.
- Kolpakova, O. M. (ed.) (2018), *Diialnist sub'ektiv Hospodariuvannia 2017* [Activity of business entities 2017], Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 145 p.
- Rajzberg, B. A., Lozovskij, L. Sh. and Starodubceva, E. B. (2000), *Sovremennyj jekonomicheskij slovar'* [Modern economic dictionary], Moskva, available at: <http://slovari.yandex.ru/dict/economic/article/ses2/ses3531.htm> (Accessed: 15.09.2018).
- Venera, I. Ye. (ed.) (2018), *Statystychnyi shchorichnyk Ukrainy za 2017 rik* [Statistical Yearbook of Ukraine 2017], Kyiv, Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy, 540 p.



Цей твір ліцензовано на умовах Ліцензії Creative Commons «Із Зазначенням Авторства — Некомерційна 4.0 Міжнародна» (CC BY-NC 4.0).
This is an open access journal and all published articles are licensed under a Creative Commons "Attribution-NonCommercial 4.0 International" (CC BY-NC 4.0).