

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ

Факультет «Економічний»

Кафедра «Маркетинг, комерційна діяльність та економічна теорія»

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ
ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи магістра

МРЕ.300.02.14.05

Розробив студент групи 215 - М – Д23
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросовісності)

Сергій БЕРЕЖНИЙ

Керівник:
завідувачка кафедри, д-р. екон. наук,
професор

Олена ЗОРІНА

Рецензент:
професор кафедри, доктор техн. наук,
Юрій КАЛАБУХІН

2025 р.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Маркетингові дослідження ринку транспортних послуг» містить 121 сторінку, 15 таблиць, 3 рисунки і 1 додаток.

Актуальність теми зумовлена ключовою роллю транспортної галузі у забезпеченні ефективного функціонування економіки, встановленні логістичних ланцюгів і задоволенні першочергових потреб населення у перевезеннях. У контексті розвитку України саме залізничний транспорт посідає чільне місце через можливість масових перевезень у будь-який час доби, незалежно від погодних умов, а також через зручне територіальне охоплення та сприятливу конфігурацію залізничних магістралей.

З огляду на сучасні тенденції глобалізації та підвищення конкурентного тиску на ринку транспортних послуг, постає необхідність у ґрунтовному маркетинговому аналізі для визначення попиту, формування цінових стратегій, виявлення конкурентних переваг, підготовки рекомендацій щодо покращення сервісу та розвитку інфраструктури.

Таким чином, маркетингові дослідження ринку транспортних послуг набувають особливої ваги для стратегічного планування, оптимізації використання матеріальних і фінансових ресурсів, розвитку клієнтоорієнтованих послуг, а також для забезпечення конкурентних позицій вітчизняних транспортних компаній на національному та міжнародному ринках.

Метою роботи є виявлення проблем в системі перевезення вантажів за допомогою маркетингових досліджень і розробка заходів щодо її удосконалення.

Об'єктом дослідження є перевезення вантажів залізничним транспортом.

Предметом дослідження є маркетингові дослідження як основний інструмент виявлення проблем, пов'язаних із забезпеченням високого рівня перевезення вантажів залізничним транспортом.

Ключові слова: маркетингові дослідження, Укрзалізниця, транспортні послуги, вантажні перевезення, залізничний транспорт, рентабельність, маркетинговий аналіз.

ABSTRACT

The qualification work on “Marketing research of the transport services market” contains 121 pages, 15 tables, 3 figures and 1 appendix.

The relevance of the topic is due to the key role of the transport industry in ensuring the effective functioning of the economy, establishing logistics chains and meeting the priority needs of the population in transportation. In the context of Ukraine's development, rail transport occupies a prominent place due to the possibility of mass transportation at any time of the day, regardless of weather conditions, as well as due to convenient territorial coverage and favorable configuration of railways.

Given the current trends of globalization and increasing competitive pressure in the transportation services market, there is a need for a thorough marketing analysis to determine demand, develop pricing strategies, identify competitive advantages, and prepare recommendations for improving service and infrastructure development.

Thus, marketing research of the transportation services market is of particular importance for strategic planning, optimization of the use of material and financial resources, development of customer-oriented services, and ensuring the competitive position of domestic transportation companies in the national and international markets.

The purpose of the study is to identify problems in the cargo transportation system through market research and develop measures to improve it.

The object of research is the transportation of goods by rail.

The subject of the study is marketing research as the main tool for identifying problems related to ensuring a high level of cargo transportation by rail.

Keywords: marketing research, Ukrzaliznytsia, transportation services, freight transportation, railroad transportation, profitability, marketing analysis.

Зміст

Вступ	6
1 Маркетингові дослідження ринку вантажних перевезень	8
1.1 Сутність маркетингу на транспорті	8
1.1.2 Маркетинг на залізничному транспорті	9
1.1.3 Транспортна послуга	12
1.1.4 Транспортні тарифи	13
1.2 Маркетингові стратегії розвитку транспортних послуг	14
1.2.1 Ринок транспортних послуг	14
1.2.2 Транспортний процес вивантаження вантажу	18
1.3 Сутність маркетингових досліджень на ринку вантажних перевезень	22
1.3.1 Функції маркетингу вантажних перевезень:	24
1.3.2 Завдання маркетингу вантажних перевезень	24
1.3.3 Суб'єкти маркетинга грузових перевозок	26
1.4 Маркетингова діяльність на залізничному транспорті	26
1.4.1 Маркетингові дослідження вантажних перевезень	27
1.5 Тенденції розвитку вантажних перевезень у світі	31
1.6 Реформування залізниць (на період до 2019 года)	32
2. Аналіз виробничо-фінансової діяльності Південної залізниці вантажних перевезень	35
2.1 Теоретичні основи аналізу господарської діяльності підприємства	35
2.2 Характеристика Південної Залізниці(структура управління)	37
2.3 Аніліз обсягових показників роботи	40
2.3.1.Відправлення вантажів	40
2.3.2 Вантажообіг	40

					МРЕ.300.02.14.05			
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата				
Розроб.		Бережний С.			Маркетингові дослідження ринку транспортних послуг	Літ.	Арк.	Аркуші
Перевір.		О.І.					5	
Н. контр.		Мкртичян О.М.			УкрДУЗТ			
Затверд.		Зоріна О.І.						

2.6 Аналіз стану основних виробничих фондів	58
2.7 Прибуток та рентабельність	63
2.7.1 Аналіз доходів від реалізації подсобно – допоміжної діяльності	63
2.7.2 Доходи	73
2.7.3 Доходи від перевезень	73
2.7.4 Фінансові витрати	74
2.7.5 Інші витрати	74
3 Маркетинговий аналіз перевезень Південної залізниці	78
3.1 Методологія SWOT – аналізу	78
3.2 Розвиток конкурентного середовища на ринку залізничних перевезень	88
3.3 Тарифи залізничного транспорту	91
3.4 Тарифи автомобільного транспорту	93
3.5 Прогнозування транспортних послуг	97
Висновки	100
Список використаних джерел	103
Додаток А Ілюстративний матеріал	106

						Арк.
Змн.	Арк.	№ докум.	Підпис	Дата		

Список використаних джерел

- 1 Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2006 р. №651-р: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.uz.gov.ua](http://www.uz.gov.ua)
- 2 Зоріна О.І. Маркетинг транспортних послуг : навчальний посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, І. В. Волохова та ін.; за ред. О. І. Зоріної. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – 307 с.
- 3 Маркетингова діяльність на залізничному транспорті: Навч. посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, А. О. Дергоусова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 266 с
- 4 Верлока, В.С. Маркетинг на залізничному транспорті: шляхи розвитку та проблеми [Текст] / В.С. Верлока // Вагонный парк. – 2009. – № 2-3. – С. 40-41.
- 5 Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингоекономічний аналіз: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 65 с.,
- 6 . Зоріна О. І. Прогнозування транспортних послуг : конспект лекцій / О. І. Зоріна, Т. В. Нескуба, О. М. Мкртичян. - Харків : УкрДУЗТ, 2021. - 67 с.
- 7 . Балабанова Л. В. SWOT-аналіз – основа формування маркетингових стратегій підприємства [Текст]: навч. посібник. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. – 180 с.
- 8 . Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навч. посібник / С.М. Ілляшенко, М.Ю. Баскакова; За ред. д-ра екон. наук, проф. [Текст] С.М. Ілляшенка. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.
- 9 . . Особливості структурної реформи залізничного транспорту України / В.В. Корнієнко, В.В. Козак, Г.М. Легенький та ін. // Залізничний транспорт України. – 2007. – №5. – С.3-9.
- 10 . Офіційний сайт Південної залізниці: [Електрон. ресурс]. – Режим
- 11 доступу: <http://www.pz.gov.ua>.

12. Шаля О.Г. Підходи до визначення оцінки відповідності фактичного рівня якості транспортних послуг встановленим нормам [Текст] / О.Г. Шаля, Б.Р. Боровський // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. – Вип. 25. – С. 143–146.

13. Балабанова Л.В. Маркетинг [Текст]/ Л.В. Балабанова. - К.: ЗнаБелов, М. А. Планування діяльності підприємства [Текст] / М. А. Белов, Н. М. Євдокимова, В. Є. Москалюк. – К: КНЕУ, 2002. – 252 с.

14.. Верлока В. С. Стратегічний маркетинг [Текст]: навч. посібник для студ. вищих навч. закладів / В. С. Верлока, М. К. Коноваленко, О. В. Сиволовська; Українська держ. академія залізничного транспорту. – Х.: УкрДАЗТ, 2007. – 289 с.

15.. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент [Текст]. – К: КНЕУ, 2000.– 100 с

16. Маркетинг, реклама і торгівля [Електронний ресурс] - Режим доступа: http://revolution.allbest.ru/marketing/00017446_0.html

17. Голубков, Е. П. Маркетинг [Текст]. – М.: Дело, 2001. – 440 с.

18..Ілляшенко С.М. Маркетингові дослідження: Навчальний посібник [Текст] / С.М. Ілляшенко, М. Ю. Баскакова – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.

19. Коршунов В.І. Механізм маркетингових досліджень ринку [Текст] / В. І. Коршунов – Х.: Основа, 2000. – 352 с.

20 Крикавський Є.В. Маркетингові дослідження [Текст] : Навч. Посіб. / Є. В. Крикавський , Н. С. Косар, О. Б. Мних, О. А. Сорока – Львів: Інтелект–Захід, 2004. – 253 с.

21 Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг [Текст] : Навч. посібн. / Н. В. Куденко – К.: КНЕУ, 2004. – 152 с.

22 Липчук В.В. Маркетинг: основи теорії та практики. [Текст] Навчальний посібник / За загальною редакцією В.В. Липчука / В.В Липчук, А. П. Дудяк, С. С. Я. Бугіль – Львів: «Новий світ–2000»; «Магнолія плюс», 2003. – 288 с.

- 23 Макаренко Т.І. Моделювання та прогнозування у маркетингу[Текст] : Навч. посібник / Т. І. Макаренко – Київ, «Центр навчальної літератури», 2005. – 160 с.
- 24 Маркетинг: бакалаврський курс [Текст]: Навч. посібник / За заг. ред. С.М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 976 с.
- 25 Маркетинг: Підручник для вищих навч. закладів[Текст] / За ред. О.М. Азарян. – К.: НМЦВО МОіН України, НВФ «Студцентр», 2003. – 400 с.
- 26 Маркетинг [Текст]: підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; ред. – упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова.– К.: Навч.-метод. центр «Консорціум із удосконалення менеджмент–освіти в Україні», 2008. – 648 с.
- 27 Мороз, Л. А. Маркетинг [Текст]: підручник / Л. А. Мороз, Н. І. Чухрай. – Львів: Нац. університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід», 2005. – 244 с.
- 28 Павленко А.Ф. Маркетингові стратегії фірми. Монографія[Текст] / А. Ф. Павленко, А. В. Войчак – К.: КНЕУ, 2002. – 245 с.
- 29 Панкрухин А.П. Маркетинг [Текст]: Учебник / А. П. Панкрухин – М.: ИКФ Омега – Л, 2002. – 656 с.
- 30 Парсяк В.Н. Маркетинг: від теорії до практики[Текст]: Навч. посібник / В. Н. Парсяк – К.: Науково–виробниче підприємство «Видавництво «Наукова думка» НАН України, 2007. – 255 с.
- 31 Теорія і практика маркетингу в Україні: Монографія[Текст] / А.Ф.Павленко, А.В. Войчак, В.Я. Кардаш, В.П. Пилипчук та ін.; За наук. ред. А.Ф. Павленка. – К.: КНЕУ, 2005. – 584 с.