

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ УКРАЇНИ

Ніколаєва Я.В.

Київський національний торговельно-економічний університет

Стаття присвячена аналізу сучасного стану українського ринку послуг експрес-доставки. Визначено законодавчу базу, яка регулює ринок. Показано основні тенденції розвитку ринку послуг експрес-доставки, а саме: проаналізовано головних гравців ринку та географію їх присутності, визначено їх частку в загальному обсязі та за основними сегментами доставки. Виявлено ключові проблеми та перспективи розвитку ринку послуг експрес-доставки в реаліях нашого сьогодення.

Ключові слова: експрес-доставка вантажів, вантажоперевезення, кур'єрська доставка, e-commerce, С2С-, В2В-, В2С-відправлення.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день послуги експрес-доставки є одним з сегментів світового транспортно-логістичного ринку, який найбільш стрімко розвивається та демонструє щорічний приріст товарообігу на рівні 30-35%. Попит на послуги перевізників обумовлюється розвитком економіки країни, зростанням загального рівня платоспроможності, як населення, так і комерційних структур та підвищення популярності ринку Інтернет-торглі (e-commerce). Швидкий розвиток послуг експрес-доставки, поява новітніх засобів впливу на кінцевого споживача, зростаюча конкуренція всередині галузі, все це вимагає більш детального аналізу. Тому на даному етапі є актуальною потреба у дослідженні сучасного стану та тенденцій розвитку ринку експрес-доставки України.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Вивченню сучасного ринку поштової логістики та послугам експрес-доставки присвятили свої роботи такі зарубіжні вчені, як: А. Альбеков, Дж. Доналд Бауерокс, та ін. Серед вітчизняних науковців можна визначити праці наступних авторів: О.В. Амелницька, А. М. Гаджинский, О.А. Князева, С. В. Крикавський та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне науковим працям вітчизняним та зарубіжним науковцям, варто зазначити, що питання розвитку українського ринку послуг експрес-доставки залишаються не висвітленими у науковій літературі, тому потребують подальшого вивчення.

Мета статті. Головною метою дослідження є дослідження сучасного стану українського ринку послуг експрес-доставки, визначення його основних тенденцій та перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу. Український ринок експрес-доставки дуже відрізняється від «експрес ринків» розвинених країн світу з точки зору законодавчої бази, рівня розвитку транспортної інфраструктури, конкурентного середовища і потребами споживача.

Перш за все, необхідно визначитися, про яку послугу йдеться і які у неї є обмеження. Під експрес-доставкою ми розуміємо доставку протягом 1-4 днів вантажів документарного та бездокументарного характеру, вага яких не перевищує 31,5 кг, а габарити обмежені 150 см для більшої довжини ($L < 150$) і 300 см для суми більшої довжини, двох висот (Н) і двох широт (л) відправлення ($L + 2H + 2l < 300$) [10]. Обмеження по вазі було запозичене у міжнародних поштових операторів, сенс якого полягає в тому, що цю вагу кур'єри/працівники сортувальних центрів можуть переносити/кантувати вручну. Обмеження за габаритами пов'язані з тим, що основний обсяг кур'єрських вантажів перевозиться

авіатранспортом, у якого розміри завантажувальних люків також лімітовані. Деякі експрес перевізники розширюють ваговий діапазон одного місця, проте в більшій своїй частині подібні ваги, як правило, виходять за рамки договору експрес-доставки і перевозяться за умовами договору вантажоперевезень, з відмінними від експрес послуг умовами за термінами і рівню відповідальності. Кількість днів доставки залежить від особливостей напрямки, можливостей експрес перевізника і об'єктивних обставин, про які ми поговоримо більш докладно трохи пізніше. Обмеженням за характером експрес вантажу може бути тільки певний список товарів/предметів, заборонених до перевезення як на внутрішньому ринку, так і на міжнародному. Список заборонених вантажів формується службами безпеки аеропортів і авіаліній, правилами міжнародних авіаперевезень IATA та митними кодексами країн походження та/або призначення. Багато компаній перевізників вказують даний список або в договорах доставки, або публікують список на сайтах.

Розберемося із законодавчою базою, що регулює ринок. Справа в тому, що послуга експрес-доставки законодавчо не визначена і не описана. Вона не потрапляє під необхідність ліцензування Міністерством Транспорту та Зв'язку (в якості поштової послуги або послуги вантажоперевезення). Раніше компанія, що надає послугу експрес-доставки, отримувала поштову ліцензію і працювала за умовами поштового зв'язку. Однак у 2010 р. ліцензування було скасоване у зв'язку з набуттям чинності ЗУ № 2608 – VI «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності» [11]. Зокрема, змінами до ЗУ «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» передбачено припинення ліцензування діяльності з пересилки поштових переказів, простих і реєстрованих листів, поштових карток, бандеролей і посилок масою до 30 кілограмів [12].

Спеціальні «поштові» умови експрес-доставки виражаються у вигляді обмежень з компенсації у випадку втрати поштового відправлення (2 тарифу за пересилання), а також обмежень щодо компенсації за затримку в доставці (0,25% від тарифу) та інших умовах, які вписуються в договір і не завжди вигідні для клієнта [13]. Наприклад, при середньому тарифі українського експрес-перевізника в 40 гривень, вартість до відшкодування по одній посилці буде 80 гривень, що дуже часто набагато нижче фактичної вартості вкладення. Компенсація ж за прострочення в доставці ще нижче – 10 гривень за день прострочення. Підписуючи договір з експрес-перевізником, працюючим по поштової ліцензії, клієнт повинен чітко знати обмеження, які

накладає на його права з компенсації і правилам перевезення закон про поштовий зв'язок.

Одними з перших організованою системою з перевезення вантажів в Україні надали компанії «Автолюкс» і «Гюнсел» – з 1998 року [3, 4]. До цього вони займалися виключно пасажирськими перевезеннями. Також в числі піонерів на ринку були іноземні інвестори, серед яких можна виділити міжнародних перевізників так званої великої четвірки – компанії DHL, TNT, UPS і FedEx. Вони обслуговували на той момент значну частину міжнародних вантажних перевезень в нашій країні. Але їх бачення перспектив українського ринку було неоднозначним. Всі іноземні компанії основний акцент робили на міжнародній доставці вантажів – з України за кордон і назад. Внутрішні перевезення цікавили «велику четвірку» в значно меншому ступені. Даний факт слугував появою низки українських гравців на ринку експрес-доставки у 2000 рр.

На сьогоднішній день ринок послуг експрес-доставки розвивається стрімкими темпами. Локомотивом зростання ринку послуг є поява приватних компаній-вантажоперевізників, які виникли на ринку України, як альтернатива «Укрпошти», яка не пропонує якісного та оперативного сервісу клієнтам. Але на розвиток ринку деякий вплив зробила світова фінансова криза, внаслідок чого значно знизився товарообіг основних корпоративних клієнтів і, отже, вантажоперевізників. Водночас зріс сегмент споживачів, які не мали можливості здійснити перевезення товарів власними силами. Хоча й економічна криза 2008 року для багатьох компаній в Україні стала важким випробуванням, яке вдалося пройти далеко не всім; однак ринок послуг експрес-доставки один із небагатьох у період кризи 2008-2009 рр. демонстрував відносну стабільність – більша частина гравців цього ринку перенесли цей важкий період без вагомих втрат.

Сьогодні ринок представлений національним оператором «Укрпошта» і більш ніж 120 приватними компаніями. Частка «Укрпошти» за останні два роки скоротилася, хоча обсяги доставок збільшилися (Рис. 1, Рис. 2). Такий перекіс експерти пояснюють, насамперед, тим, що національний оператор поки не встигає за розвитком ринку. До того ж нові замовники вимагають більш гнучкої цінової політики, які «Укрпошта» не може запропонувати за обмежень, що накладаються державою. Ще однією причиною зменшення частки державного оператора пояснюється поступовим втрачанням свого соціального значення послуг з пересилання листів і посилок, які стають ключовим чинником розвитку «нової» економіки – електронній торгівлі (e-commerce).



Рис. 1. Доходи ринку експрес-доставки, 2012 [14]

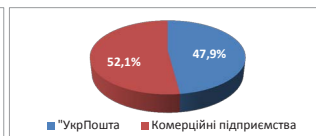


Рис. 2. Доходи ринку експрес-доставки, 2013 [14]

Таким чином виходячи із двох представлених вище ілюстрацій видно, що «УкрПошта» з кожним роком втрачає свої позиції на ринку послуг експрес-доставки, її частка зменшилась на 1,6%: з 49,5% у 2012 році до 47,9% у 2013 році. На сьогоднішній день лідерами серед комерційних операторів є: «Нова Пошта», «Міст Експрес», «Нічний Експрес», «Автолюкс», «Укркур'єр», САТ, «Ін-Тайм», «Евро Експрес», TNT та ДПД «Україна».

Однак у деяких областях країни (особливо на сході) їм наступають на п'яти сильні регіональні гравці, наприклад, компанія «Делівері». В останні роки в Україні з'явилися місцеві кур'єрські служби, основним напрямком яких є доставка в межах одного міста, в тому числі з урахуванням приміських територій. Однак цільова аудиторія таких компаній незначна.

Розглянемо більш детально частки ринку комерційних підприємств за досліджуваний період (Рис. 3, Рис. 4). Лідером після національного оператора є «Нова пошта», частка якої зросла з 2012 року на 0,64%, склавши 9,3% в 2013 році. Майже незмінними залишилися обсяги компанії «Міст Експрес» – в 2013 році вона займала 5,3% ринку послуг експрес-доставки України в грошовому вираженні у порівнянні з 5,24% у 2012 році. Найбільший приріст обсягів ринку має оператор «Нічний експрес» – 0,78% у 2013 році в порівнянні з аналогічним періодом 2012 року. Продовжує збільшувати свої обсяги і оператор САТ: із приростом у 0,65 у 2013 році вона займає 6 місце на ринку експрес-доставки серед некомерційних підприємств. Євро Експрес збільшив свою частку у грошовому виразі з 1,11% у 2013 році до 1,7% у 2013 році. Оператори «Укркур'єр», «Ін-Тайм» та TNT мали незначний приріст обсягів ринку: 0,14%, 0,24% та 0,11% відповідно.

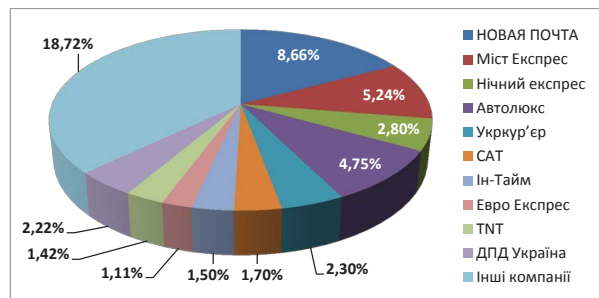


Рис. 3. Частка комерційних операторів ринку експрес-доставки України у 2012 році

Джерело: розроблено автором за даними [2]

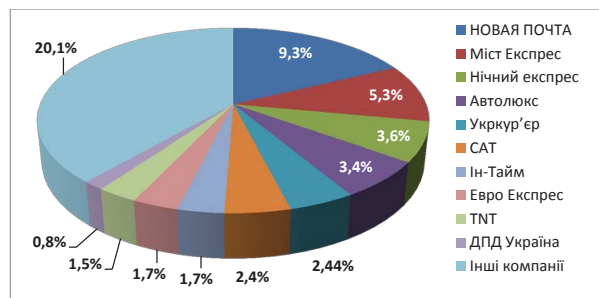


Рис. 4. Частка комерційних операторів ринку експрес-доставки України у 2013 році

Джерело: розроблено автором за даними [2]

Частка «Автолюкс» за досліджуваний період зменшилась на 1,3% з 4,75% до 3,44%, втративши при цьому одну позицію та опинившись у 2013 р. на 4 місці серед комерційних підприємств. Однак найбільшу частку ринку втратила компанія ДПД «Україна» – майже 1,5% – опинившись на 10 місці рейтингу у 2013 році у порівнянні з 5 місцем у 2012 році. Решта 20,1% ринку ділять між собою дрібні гравці.

Розглядаючи у таблиці 1 динаміку доходів від надання послуг поштового зв'язку та кур'єрської діяльності, можна сказати, що 2013 рік для національних операторів став більш вдалим ніж анало-

гічний період 2012 року. Так у 2012 році порівняно зі 2011 роком доходи від надання послуг поштового зв'язку та кур'єрських послуг характеризувались нестабільною динамікою, так обсяги кур'єрської діяльності зменшилися на 1,8%, в той час як доходи населення зменшилися майже у двічі і склали 4,9 млн. грн. Проте доходи населення від поштового зв'язку хоч і не суттєво зменшилися – 0,6% порівнянні з аналогічним періодом 2011 року, доходи від поштового зв'язку збільшилися на 5,9%.

У 2013 році спостерігалась позитивна динаміка: приріст доходів від послуг поштового зв'язку склав майже 3% у порівнянні з 2012р. Такий самий приріст у звітному році мають і доходи населення від поштового зв'язку – 3,2%, в той час як від послуг кур'єрської діяльності збільшилися майже вдвічі і склали 78,3% приросту, при цьому більшу вагу відіграв корпоративний сегмент. Усього доходи від кур'єрської діяльності у 2013 році склали 338,3 млн. грн., що на 5,4% менше ніж у 2012 році (для порівняння у 2012р. – 357,6 млн. грн.).

До недавнього часу основною стратегією розвитку транспортних компаній було розширення присутності в регіонах – деякі компанії принципово за будь-якої ціни намагалися зайняти нові регіони до виходу на них конкурентів, або ж обирали міста з великим потенціалом попиту на послуги експрес-доставки. То на сьогоднішній день на ринку спостерігається суворі економія – перевізники частіше усього укріплюють свої позиції на територіях, які вже обслуговуються; або входять у міста, в яких затребуваність їх послуг вже доведена конкурентами.

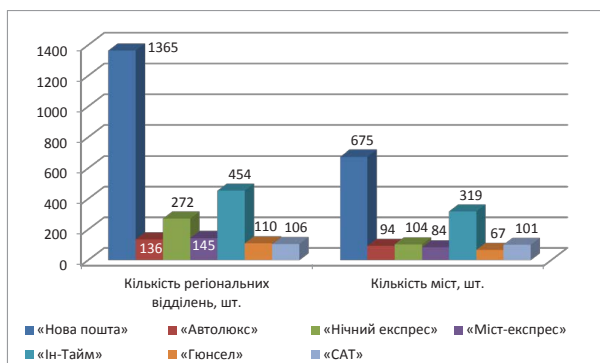


Рис. 5. Охоплення ринку основними некомерційними операторами експрес-доставки (станом на лютий 2014 р.)

Джерело: розроблено автором за даними [3-9]

За минулі роки активність перевізників у питаннях розширення географії присутності у регіонах була різноманітною (Рис. 5). Незмінним лідером з кількості регіональних відділень та місць охоплення є компанія «Нова Пошта», на сьогоднішній день вона обслуговує 1365 відділень у 675 населених пунктів, збільшивши за два роки кількість міст на 12,8% (з 588 у 2012 р.). «Ін-Тайм» продемонструва-

ла двократний приріст, тепер їх послуги доступні у 319 містах (454 відділень), порівняно з 154 містами два роки тому. Оператори «Автолюкс», «Нічний експрес», САТ мають свої відділення у близько 100 містах України, з них найбільшу кількість відділень має «Нічний експрес» – 272 шт. «Міст Експрес» налічує 145 регіональних відділень у 84 містах. Компанія «Гюнсел» обслуговує своїх клієнтів у 106 відділеннях у 67 українських містах.

Однак порівняння за кількістю міст, які обслуговуються, та за показником їх приросту не можна назвати коректним, тому що оператори мають різні бізнес стратегії. Так «Нова Пошта» давно віддала перевагу роботі з франчайзингом і будь-який підприємець може у своєму місті функціонувати під цим брендом у разі заключення відповідного договору з компанією. Цієї стратегії у невеликих містах притримується компанія «Ін-Тайм». Інші ж перевізники обходяться переважно своїми силами [16].

Якщо раніше компанії прагнули розширювати географію присутності у регіонах, портфель наданих послуг, збільшувати власний автотранспортний парк, складські площі та ін. То на сьогоднішній день головний акцент серед перевізників робиться на роботу з операторами Інтернет-торгівлі (e-commerce). При цьому має місце якісна зміна структури замовників доставки (відправників посилок і листів). Активно скорочується частка відправлень фізичних осіб (так зване «С2С – відправлення») і навпаки активно зростає частка листів і посилок, відправниками яких є компанії (B2B та B2C відправлення).

На думку експертів ринку, сьогодні виживання багатьох дрібних операторів залежить від того, чи встигнуть вони перекваліфікуватися в B2C сегмент та зайняти свою частку на ринку кур'єрської доставки для e-commerce. Вагомий внесок у розвиток даного сегменту вкладають компанії каталожної торгівлі, інтернет-продавці та компанії прямих продажів.

Розглянемо позиції кур'єрських компаній в сегментах доставок «склад-склад» і в сегменті «двері-двері» без урахування УДППЗ «Укрпошта» (Рис. 6, Рис. 7). Протягом останніх років система доставки «склад-склад» продовжує зберігати свою популярність в Україні через те, що вона є найменш матеріально витратною у порівнянні з іншими способами. У 2012 році цей сегмент склав 67% всіх доставок.

На сьогоднішній день у сегменті компаній, які займаються перевезеннями і пропонують послугу «склад-склад», намітилося чітке розмежування. Лідером у 2013 році стала «Нова пошта» із приростом майже на 6% з 17,85% у 2012 р. до 23,76% відповідно. На другому місці оператор Автолюкс, що зменшив свої показники з 18,77% до 13,27% у 2013 році. Продовжує збільшувати обсяги компанія «Нічний експрес» маючи приріст майже на 2,5%. Такі оператори як САТ, Ін-Тайм, Євро Експрес зменшили свої частки в обсязі послуг доставки «склад-склад» на 0,79%, 0,88% та 2,52% відповідно. ДПД «Україна» майже не змінила своїх позицій маючи у 2013 році

Таблиця 1

Доходи від надання послуг поштового зв'язку і кур'єрської діяльності

	2013 рік, млн. грн.		У % до 2012р.		2012 рік, млн. грн.		У % до 2011р.	
	усього	з них населенню	усього	з них населенню	усього	з них населенню	усього	з них населенню
Поштовий зв'язок	3370,3	609,1	102,9	103,2	3274,2	590,4	105,9	99,4
Кур'єрська діяльність	338,3	8,8	94,6	178,3	357,6	4,9	98,2	55,1

Джерело: розроблено автором за даними [1]



Рис. 6. Зміна ринкових часток в обсязі послуг доставки «склад-склад» [16]

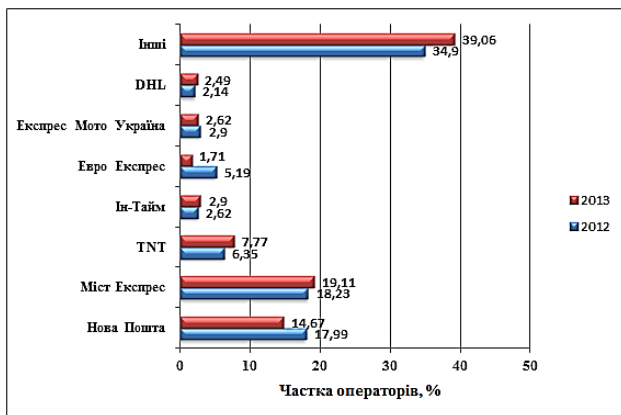


Рис. 7. Зміна ринкових часток компаній в обсязі послуг доставки «двері-двері» [16]

4,34% ринку, що на 0,22% менше ніж у 2012 р. Частка інших компаній на ринку зменшилась на 2,58% до 19,79%.

Частки ринку комерційних підприємств, що надають послуги доставки «двері-двері» у 2012-2013 досліджуваних роках розподілились наступним чином: лідером залишився «Міст Експрес» збільшивши свою частку майже на 1% з 18,23% у 2012 році до 19,11% за аналогічний період у 2013 році; «Нова пошта» займає друге місце із показником 14,67%, що на 3,32% менше ніж у 2012 році; оператор TNT замикає трійку лідерів із показником 7,77% з загальними приростом у 1,42%. У 2013 р. частки ринку в обсязі послуг доставки посилок «двері-двері» у операторів «Ін-Тайм», «Євро Експрес», «Експрес Мото Україна» та DHL склали: 2,9%, 1,71%, 2,62%

Список літератури:

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://ukrstat.org>.
2. Мельник В. Перспективи розвитку ринку поштової логістики України [Електронний ресурс] / В. Мельник. – 2012. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.marketing-ua.com/articles.php?articleId=3530>.
3. Офіційна сторінка компанії «ExPost» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://expost.com.ua/>.
4. Офіційна сторінка компанії «Автолюкс» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.autolux.ua/>.
5. Офіційна сторінка компанії «Гюнсел» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://gonsel.ua/>.
6. Офіційна сторінка компанії «Ін-Тайм» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.intime.ua/>.
7. Офіційна сторінка компанії «Міст Експрес» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://meest-express.com.ua/>.
8. Офіційна сторінка компанії «Нічний експрес» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.nexpress.com.ua/>.
9. Офіційна сторінка компанії «Нова пошта» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://new.povaposhta.ua/>.
10. Офіційна сторінка компанії «САТ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.sat.ua/>.
11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеж. державного регулювання господарської

та 2,49% відповідно. Частка інших операторів зростає на 4,19% та склала 39,06%.

На думку експертів, тенденції, які намітилися в 2012-13 роках, будуть актуальні і для 2014 року. У нинішньому році основне зростання ринку поштових відправлень очікується в сегменті В2С – порядком 10-15% на рік. Очікується, що обсяги експрес-доставки для e-commerce збільшаться приблизно на 20% в натуральному вираженні. Сегменту каталожної продукції прогнозують зростання на 10%, компаніям прямих продажів – 10-15%. У сегменті В2В зростання навряд чи перевищить показник 5% у натуральному вираженні.

Серед основних факторів, які будуть впливати на сегмент В2С в найближчі 5 років, експерти назвали: проникнення широкосмугового Інтернету, рівень доходу домогосподарств, чисельність населення. На сегмент В2В, в свою чергу, будуть впливати зростання ділової активності, зростання цін на паливно-мастильні матеріали, а також нестабільність курсу національної валюти.

Надалі конкуренція на ринку буде продовжувати посилюватися, а в разі погіршення економічних показників компанії, які традиційно працювали в сегменті В2В, будуть прагнути в сегмент В2С, оскільки динаміка розвитку сегменту «бізнес – клієнтові» значно перевищує темпи зростання «бізнес для бізнесу». Проте основним стримуючим фактором для виходу в сегмент В2С продовжує залишатися потреба в послугі післяплати. Ряд компаній стали пропонувати цю послугу неофіційно. Також на ринку відбувається певний перерозподіл клієнтів і вантажних потоків. Так, у сегменті компаній, які займаються перевезеннями і пропонують послугу «склад-склад», намітилося чітке розмежування.

Висновки і пропозиції. Не дивлячись на те, що переважна більшість гравців ринку експрес-доставки перенесли складний кризовий період без вагомих втрат, казати про те, що криза пройшла без наслідків, було б некоректно. В першу чергу мова йде про скорочення інвестицій у розвиток, що сказалось на показнику географічного охоплення територій. Проте, як показало дослідження, поступово цей ринок оживає та набирає колишні темпи розвитку. На тлі зростаючої конкуренції компанії будуть переорієнтовувати свою роботу на сегмент В2С, який характеризується більш динамічним розвитком ніж сегмент В2В, цьому в першу чергу сприяє стрімкий розвиток ринку e-commerce та співпраця з ним. Також оператори експрес-доставки будуть продовжувати розвивати схему накладених платежів і регіональних мереж.

- діяльності: Закон України [19 жов. 2010 року № 2608-VI] // Офіційний вісник України. – 2010. – 26 лист. – С. 9.
12. Про затвердження Правил надання послуг поштового зв'язку: Постанова КабМіну України [5 бер. 2009 р. № 270] // Офіційний вісник України. – 2009. – 6 квіт. – С. 357.
13. Про поштовий зв'язок: Закон України [4 жов. 2001 року № 2759-III] // [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2759-14>.
14. Стан і перспективи ринку поштової логістики в Україні [Електронний ресурс] / ТОВ «Айтіко» – 2013. – Режим доступу до матеріалу: <http://www.aitico.com/>.
15. Урванцева Т. Из пункта А в пункт Б... Географический анализ роста рынка экспресс-доставки грузов / Т. Урванцева; Логистика: проблемы и решения. – Харьков, 2014. – №1(50). – С. 57-65.
16. Яровая М. Почтовая логистика в 2013 году будет развиваться за счет Интернет-торговли [Электронный ресурс] / М. Яровая. – 2012. – Режим доступу до матеріалу: <http://ain.ua/2012/12/05/104383>.

Николаева Я.В.

Киевский национальный торговно-экономический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА УСЛУГ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ УКРАИНЫ

Аннотация

Статья посвящена анализу современного состояния украинского рынка услуг экспресс-доставки. Определена законодательная база, которая регулирует рынок. Показаны основные тенденции развития рынка услуг экспресс-доставки, а именно: проанализированы главные игроки рынка и география их присутствия, определена их доля рынка в общем объеме и по основным сегментам доставки. Выявлены ключевые проблемы и перспективы развития рынка услуг экспресс-доставки в реалиях нашего времени.

Ключевые слова: экспресс-доставка грузов, грузоперевозки, курьерская доставка, e-commerce, C2C-, B2B-, B2C-отправка.

Nikolaeva I.V.

Kyiv National University of Trade and Economics

MARKET DEVELOPMENT TENDENCIES EXPRESS DELIVERY SERVICES OF UKRAINE

Summary

The article is analyzed the current state of Ukrainian market of express delivery services. The legal framework that governs the market was defined. The basic trend of the market for express delivery was shown, namely: the key market players and their geographical presence were analysed, their share in total amount and by major segments of the delivery were defined. The key problems and development prospects of the express delivery services market in the realities of the present were detected.

Keywords: market, parcel, express cargo delivery, trucking, personal delivery, e-commerce, C2C-, B2B-, B2C-sending.