**Співаковський Сергій Володимирович. Маркетингове забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні: дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Європейський ун-т. - К., 2005**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Співаковський С.В. Маркетингове забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні**. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Європейський університет, Київ, 2005.В дисертаційній роботі поглиблено та узагальнено теоретико-методичні основи розробки маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування в Україні.Виявлено фактори впливу, особливості, тенденції та проблеми, що існують на ринку транспортно-експедиторських послуг. Розроблено методичні підходи до стратегічного та тактичного планування роботи транспортно-експедиторських компаній та запропоновано маркетингово-логістичну схему організації транспортно-експедиторських послуг. Розроблено практичні рекомендації щодо впровадження маркетингового забезпечення для підвищення ефективності надання цих послуг. Методику, розроблену в дисертаційній роботі, апробовано на українських підприємствах. Основні положення роботи викладено на міжнародних науково-практичних конференціях. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертації наведено теоретичне узагальнення і нове вирішення наукової задачі формування маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування, що виявляється в розробці теоретичних положень, теоретико-методичних і практичних рекомендацій, спрямованих на підвищення ефективності діяльності транспортно-експедиторських підприємств України.**1.**Визначено особливості міжнародного експедирування як комплексної послуги на промисловому ринку у міжнародному середовищі, за допомогою якої реалізуються економічні інтереси суб’єктів ринку, та встановлено місце цієї послуги у сучасній системі ринкових відносин. Запропоновано визначення міжнародного експедирування як організації перевезення вантажів та забезпечення взаємодії суб'єктів ринку транспортно-експедиторських послуг.**2.**Доведено, що мультимодальні перевезення, які представляють собою перевезення вантажів щонайменше двома видами транспорту за допомогою стандартизованих систем згідно з єдиним договором між вантажовласником та експедитором, на сьогодні стають все більш серйозним чинником конкурентної боротьби на міжнародному ринку вантажних перевезень. Використання мультимодальних перевезень надає економічні, фізичні, технічні, технологічні та організаційні переваги при транспортуванні та посилює взаємодоповнювання між різними видами транспорту. Завдяки ефективному використанню елементів маркетингового забезпечення мультимодальні перевезення дозволяють удосконалити послугу міжнародного експедирування.**3.**На основі логістичних підходів, а саме: забезпечення економічної і раціональної доставки товару заданої якості у необхідній кількості у гарантовані терміни в певне місце для окремої особи з найкращими витратами, обґрунтовано принципи управління транспортно-експедиторською компанією, спрямованого на найбільш ефективне забезпечення вигоди від послуги для споживача. Основні принципи управління транспортно-експедиторською компанією включають комплексний системний підхід до організації маркетингового забезпечення транспортно-експедиторських послуг, планомірність та раціональну організацію його розвитку, а також адаптованість управління транспортно-експедиторською компанією до функціонування в міжнародному ринковому середовищі.Управління міжнародним експедируванням в умовах трансформації національної економіки характеризується необхідністю подолання таких проблем, як дії правових норм та ринкових умов, що відрізняються в різних країнах, питання перетину кордонів, а також здійснення фінансових взаєморозрахунків між суб'єктами ринку транспортно-експедиторських послуг.**4.**На основі проведених маркетингових досліджень українського ринку транспортно-експедиторських послуг в умовах інтернаціоналізації розвинено підходи до збору, обробки та аналізу первинної маркетингової інформації на цьому ринку. Виявлено низьку ефективність маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування, недосконалість стратегічного та тактичного управління транспортно-експедиторською діяльністю в країні та схем керування перевезеннями вантажів в окремих компаніях, недостатню кількість підготовлених фахівців-маркетологів у сфері міжнародного експедирування, що здатні працювати в умовах ринкової економіки. Ринок транспортно-експедиторських послуг в Україні на етапі свого формування характеризується великою кількістю експедиторських організацій з низьким рівнем використання ними інструментів маркетингу, низькою комплексністю послуг, що надаються, а також суттєвими розбіжностями вартості однорідних послуг.**5.**Виявлено негативні та позитивні чинники, що впливають на можливості впровадження маркетингового забезпечення в діяльність транспортно-експедиторських компаній, зокрема, негативними є: недосконале нормативно-правове забезпечення, що регулює транспортно-експедиторську діяльність, нерозвинена ринкова інфраструктура, нездорова конкуренція, недосконала організація управління міжнародними вантажними перевезеннями; серед позитивних: структурні перетворення на ринку транспортно-експедиторських послуг, розвиток окремих виробничих галузей впродовж останніх років в Україні, зацікавленість закордонних інвесторів вкладати ресурси в розвиток українських підприємств, що сприятиме впровадженню західних методів організації менеджменту. Проведено аналіз сучасних тенденцій на світовому ринку транспортно-експедиторських послуг, а також тенденцій на ринку транспортно-експедиторських послуг в Україні, що дозволило сформулювати практичні рекомендації транспортно - експедиторським компаніям щодо маркетингового планування та зменшення ризиків в їхній діяльності.**6.**На основі аналізу особливостей ринку транспортно-експедиторських послуг виявлено детермінанти маркетингового забезпечення діяльності транспортно-експедиторської компанії, які дають їй можливість систематизувати та удосконалити маркетингову діяльність та включають: інформаційні потоки, матеріальні потоки, внутрішні та зовнішні можливості компанії. Доведено, що маркетингове забезпечення послуг має здійснюватись як системне використання маркетингових методів та інструментів, основними з яких є аналіз маркетингових можливостей, маркетингові дослідження, сегментація, вибір цільових ринків, розробка маркетингових стратегій та маркетингових програм, організація, здійснення та контроль маркетингових заходів.**7.**Визначено найбільш вагомі параметри якості послуги міжнародного експедирування, що формують вигоду від послуги для замовника та створюють її споживчу цінність. Визначено основні критерії сегментації споживачів ринку транспортно-експедиторських послуг та на основі статистичних методів обробки інформації виявлено вплив приналежності замовників послуг міжнародного експедирування до окремих сегментів ринку на значущість для них визначених параметрів якості.**8.**Запропоновано методичні підходи до формування маркетингового забезпечення послуг міжнародного експедирування у вигляді маркетингово-логістичної схеми організації цих послуг на основі комплексного застосування логістичних принципів та маркетингових підходів. Деталізація змісту кожного етапу маркетингового забезпечення діяльності транспортно-експедиторських компаній дозволила розробити практичні рекомендації щодо застосування методів маркетингу для підвищення ефективності послуг міжнародного експедирування.**9.**На основі результатів маркетингових досліджень та виявленої точково-лінійної структури послуги міжнародного експедирування розроблено методичні підходи до організації взаємодії суб’єктів ринку транспортно-експедиторських послуг за рахунок використання принципу взаємоузгодження партнерських економічних інтересів. Методичні підходи передбачають організацію взаємовідносин між суб’єктами ринку транспортно-експедиторських послуг шляхом узгодження їхніх економічних інтересів, включають процедури оцінки привабливості партнерів за відповідними параметрами і вибору серед суб’єктів ринку партнерів у горизонтальній і вертикальній інтеграції та враховують фактори впливу на ефективність взаємодії між суб’єктами ринку транспортно-експедиторських послуг.**10.**Розроблено методичні рекомендації щодо удосконалення транспортно-експедиторської діяльності на основі принципів мультимодальних перевезень. Обґрунтовано необхідність заходів для розвитку інфраструктурних транспортних мереж і комунікацій, базовими складовими яких є міжнародні транспортні коридори. Застосування новітніх інформаційних технологій, електронної комерції, що базуються на принципах комплексного обслуговування виробництва і торгівлі, дають змогу забезпечувати послуги міжнародного експедирування за принципом "від дверей до дверей".**11.**Обґрунтовано необхідність проведення моніторингу ринку транспортно-експедиторських послуг, що містить у собі виконання трьох груп завдань: моніторинг ринку транспортно-експедиторських послуг у цілому та його окремих складових, тобто регулярний контроль групи показників, які характеризують стан ринку, що розглядається; моніторинг розвитку транспортної інфраструктури та її об’єктів, а також моніторинг розвитку взаємовідносин з клієнтами.**12.**Одержані результати досліджень можуть бути рекомендовані до застосуванняпідприємствами, що працюють на ринку транспортно-експедиторських послуг. Використання рекомендацій щодо підвищення ефективності надання послуг міжнародного експедирування в Україні дозволяє компаніям удосконалювати свою діяльність, збільшувати прибуток та покращати свої ринкові позиції |

 |