

УДК 339.138

Івасів Ольга, Бурліцька Оксана

Ivasiv Olga, Burlitska Oksana

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ
МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ
FEATURES OF THE FUNCTIONING OF THE INTERNATIONAL
TRANSPORTATION MARKET**

Сьогодні на ринку міжнародних транспортних перевезень України основними суб'єктами господарської діяльності є зарубіжні (міжнародні) та вітчизняні транспортно-експедиторські фірми різних форм власності. Цей ринок можна визначити як фрагментований, де жодна з численних фірм, що конкурують, не має значної частки ринку і не може істотно впливати на бізнес-ситуацію.

Робота сучасної транспортно-експедиторської компанії являє собою складний процес надання комплексної послуги транспортного експедирування та динамічне залучення клієнтів в умовах гострої ринкової конкуренції. Організація таких послуг включає взаємодію на ринку з багатьма іншими суб'єктами ринку в сфері перевезень вантажів та споріднених галузей економіки, що потребує від менеджерів цих компаній володіння сучасними методами маркетингу.

Аналіз діяльності та позицій українських компаній, що функціонують в українському секторі міжнародного ринку транспортно-експедиторських послуг, показує, що за певних критеріїв, таких, як, наприклад, ціна та широта асортименту, позиції вітчизняних перевізників практично не відрізняються від позицій великих зарубіжних конкурентів, які мають багаторічний досвід бізнес-поведінки на різноманітних територіальних ринках. Це створює додаткові проблеми в позиціонуванні вітчизняних

суб'єктів ринку, формуванні та використанні ринкових (конкурентних) переваг. Українські транспортні компанії, що фактично працюють в умовах високоінтернаціоналізованого ринку транспортних послуг, змушені шукати та поширювати свою ринкову нішу через створення маркетингових переваг за ціною, широтою асортименту наданих послуг або, можливо, інших параметрів, наприклад, унікальність, швидкість, різноплановість свого продукту тощо. Тільки грамотна прорахована, обґрунтована маркетингова стратегія дасть змогу українським перевізникам отримати конкурентні переваги в міжнародному середовищі транспортного ринку Європи і світу.

Проте недостатній досвід українських підприємців щодо впровадження маркетингових технологій не дає змоги належно здійснювати управління транспортуванням вантажів через гнучке реагування на зміни вимог ринку. Світова ж практика свідчить, що застосування маркетингових технологій дає змогу істотно підвищити якість обслуговування споживачів. Більшість зарубіжних компаній, що діють на ринку транспортно-експедиторських послуг, *de facto* активно використовують маркетингові підходи для посилення своїх конкурентних позицій. Успішний розвиток міжнародного транспортного потенціалу України вимагає детального аналізу усіх складових та чинників посилення ринкових переваг та маркетингових можливостей українських суб'єктів міжнародного ринку транспортних перевезень.

Існуюча в Україні система транспортно-експедиторського обслуговування міжнародної економічної співпраці не створює об'єктивно однакових умов діяльності вітчизняних та іноземних суб'єктів. Проте, останнім часом, українські компанії докладають чималих зусиль для подолання негативної ситуації і пошуку власного місця в активізації зовнішньоекономічних операцій, зокрема євроінтеграції.