

РОЛЬ ПОСЛУГИ МІЖНАРОДНОГО ЕКСПЕДИРУВАННЯ В СИСТЕМІ РИНКОВИХ ВІДНОСИН

Визначено особливості послуги міжнародного експедирування як об'єкту купівлі – продажу та розкрито принципи управління діяльністю міжнародних експедиторів в умовах ринкової глобалізації.

Ключові слова: якість послуг, міжнародне експедирування, взаємодія суб'єктів ринку.

Определены особенности услуги международного экспедирования как объекта купли-продажи та раскрыты принципы управления деятельностью международных экспедиторов в условиях рыночной глобализации.

Ключевые слова: качество услуг, международное экспедирование, взаимодействие субъектов рынка.

Dissertation deepens and generalizes the theoretic and methodical principles of analysis of process of marketing maintenance of freight forwarding companies' activities.

Key words: services' quality, international freight forwarding, market bodies' interaction.

Постановка проблеми. Діяльність українських підприємств на ринку транспортно-експедиторських послуг в багатьох випадках характеризується недостатнім застосуванням або неефективністю їхнього маркетингового забезпечення. Конкретними управлінськими проблемами при цьому є: 1) недосконалість стратегічного та тактичного управління транспортно-експедиторською діяльністю в країні; 2) дуже низький рівень застосування інструментів маркетингу; 3) неузгоджене застосування маркетингових інструментів і логістичних принципів у процесі діяльності на ринку транспортно-експедиторських послуг.

Зазначені фактори призводять до того, що посилення процесу інтернаціоналізації та інтеграції українського ринку до європейського та світового супроводжується втратою українськими транспортно-експедиторськими компаніями конкурентних позицій на користь зарубіжних компаній, які мають більший досвід використання інструментів маркетингу в своїй діяльності. Це підтверджує необхідність проведення глибоких маркетингових досліджень ринку транспортно-експедиторських послуг в Україні та розробки практичних рекомендацій щодо впровадження в діяльність транспортно-експедиторських підприємств ефективних ринково-орієнтованих методів роботи.

Аналіз останніх публікацій. Аналіз наукових джерел з даної тематики свідчить, що питання управління транспортно-експедиторською діяльністю відображені у роботах закордонних та вітчизняних авторів [1-3]. Питанням транспортної логістики та міжнародного експедирування присвячені роботи [4 та ін.].

Невирішена раніше частина загальної проблеми. Існує дефіцит наукових та методичних розробок, в яких проведені дослідження послуги міжнародного експедирування в умовах формування ринку, розкритті взаємозв'язку і взаємодії цієї послуги із суміжними видами господарської діяльності та її маркетингове забезпечення, що необхідно для управління конкурентоспроможними вантажними перевезеннями. Такий стан вимагає окремого вивчення питання стосовно економічної природи послуги МЕ, що і зумовило актуальність і спектр задач, що висвітлюються у статті.

Постановка завдання (цілі статті). Метою проведеного дослідження є визначення особливості міжнародного експедирування як комплексної послуги на промисловому ринку у міжнародному середовищі, за допомогою якої реалізуються економічні інтереси суб'єктів ринку, та встановлення місця цієї послуги у сучасній системі ринкових відносин.

Викладення основного матеріалу. На сучасному етапі великого значення набуває міжнародна торгівля послугами. У процесі глобалізації та інтеграції, який активно охоплює все більшу кількість країн, створюються умови для розвитку національних економік з вільним переміщенням товарів, капіталів та послуг, що висуває нові вимоги до послуги перевезення.

Важливим чинником забезпечення економічного співробітництва між країнами є товарообмін. Значну частину процесу товарообміну складає організація перевезення товару, що здійснюється завдяки і при безпосередній участі міжнародних експедиторів. Статистичні дані засвідчують щорічне зростання обсягів послуг міжнародних вантажних перевезень та експедирування. Такий розвиток ринку сприяє підвищенню рівня конкуренції на ньому та вимагає від транспортно-експедиторських підприємств використання сучасних маркетингових інструментів.

Транспортно-експедиторське обслуговування – складова частина економічної діяльності, зокрема, процесу руху товару від виробника до споживача, що включає виконання робіт і операцій, необхідних для організації процесу якісного перевезення.

Згідно з іншим визначенням, в якому послуги експедирування розглядаються з юридичної точки зору, експедитор – це суб'єкт господарювання, який за дорученням клієнта та за його рахунок виконує або організовує виконання транспортно-експедиторських послуг, визначених договором транспортного експедирування [7].

Слід зазначити, що в наведених визначеннях недостатньо розкривається роль послуги експедирування в системі економічних відносин ринку. Міжнародне експедирування представляється як організована в правовому, економічному, технічному та технологічному відношеннях система, яка, використовуючи різні види транспорту і транспортну інфраструктуру, обслуговує експортні, імпорتنі потоки вантажів, а також здійснює експорт транспортних послуг на зарубіжні ринки. Однак, запропоноване визначення не враховує важливості забезпечення

експедитором ефективної взаємодії між суб'єктами ринку транспортно-експедиторських послуг.

Для визначення рівня можливостей маркетингового забезпечення послуги МЕ пропонуємо виділити наступні властивості цієї послуги:

- послуга не існує до моменту її надання та характеризується невідчутністю, що робить неможливим її попереднє тестування та ускладнює її оцінку споживачем;
- надання послуги, як правило, складається з комплексу більш дрібних операцій, що формують її споживчу цінність;
- замовник послуги практично не бере участі в процесі її здійснення;
- здійснення послуги часто супроводжується зміною замовником послуги права власності на об'єкт послуги (товар, що експедирується);
- послуга має споживчу цінність лише у визначений час на конкретному напрямку перевезення, що значно обмежує можливості її заміщення на ринку;
- послуга характеризується складністю її пристосованості до змін та коливань попиту.

Перелічені властивості послуг висувають на одне з перших місць питання підвищення їхньої матеріальності. Пропонується вирішувати це шляхом акцентування уваги замовника послуги на її матеріальних атрибутах, які можуть бути визначені та запропоновані клієнту, зокрема: технічні засоби, технології, кваліфікація персоналу та юридичне підкріплення послуги.

На підставі аналізу існуючих підходів до розгляду послуги МЕ пропонуємо її визначення як організацію міжнародних перевезень вантажів та забезпечення взаємодії суб'єктів ринку транспортно-експедиторських послуг. Проведене дослідження дозволило виявити та проаналізувати особливості ринку цих послуг, які висувають додаткові вимоги до маркетингового забезпечення та потребують особливих підходів до проведення моніторингу ринку, його сканування, визначення методів впливу на ринок.

По-перше, ринок, що розглядається, відноситься до промислового ринку, на якому клієнти не є кінцевими споживачами продукції. Попит на даному ринку є вторинним і залежить від стану виробничих галузей економіки та характеру зовнішньоекономічних зв'язків країни.

По-друге, міжнародне експедирування передбачає організацію перевезення вантажів територіями декількох країн. Відповідно, при цьому виникають додаткові питання, зокрема, дії правових норм, ринкових умов, що відрізняються в різних країнах, проблеми перетину кордонів, а також забезпечення спрощення фінансових взаєморозрахунків між суб'єктами ринку.

По-третє, послуга МЕ є комплексною послугою та включає ряд операцій, зокрема: технічні і консультативні послуги, здійснення необхідних

попередніх узгоджень і одержання дозволів на пересування вантажу, здійснення складських, пакувальних, вантажно-розвантажувальних робіт, оформлення, розсилання й одержання товаросупроводжувальної і транспортної документації, страхування, стягування необхідних платежів і здійснення розрахунків з учасниками транспортного процесу, а також інші дії, пов'язані з виконанням зобов'язань експедитора.

З метою підвищення ефективності надання послуг МЕ необхідно розглянути питання оцінки якості цих послуг. Серед основних характеристик, що визначають якість послуги МЕ, фахівцями виділяються: швидкість, регулярність постачань, цілість вантажів під час експедирування, ліквідацію зайвих операцій, час циклу “замовлення – доставка”, надійність товарних запасів, стабільність обслуговування, організаційні аспекти обслуговування споживачів, використання новітніх інформаційних технологій.

В умовах ринку якість послуги передбачає необхідний рівень споживчих властивостей і надійності послуги, який сервісні фірми спроможні забезпечити за прийнятною ціною. Якість послуги визначається як її відповідність вимогам клієнта, що повинні бути чітко сформульовані з тим, щоб виключити їхнє мінливе тлумачення.

Особливу проблему становить визначення якості послуги організації доставки вантажів. Час доставки вантажів розглядається як один із вагомих параметрів якості обслуговування споживачів. Якість доставки передбачає також швидкість і регулярність постачання вантажів, їхню цілість під час перевезення, а також ліквідацію зайвих перевантажувальних операцій. Перші два параметри багато в чому визначають реакцію на рівень товарних запасів та зміни кон'юнктури ринку.

Одним з основних факторів якісного обслуговування споживача є *швидкість доставки*. Серед інших факторів обслуговування споживача, які мають особливе значення при організації доставки товарів до покупця, можна виділити наступні.

Час циклу “замовлення – доставка”. Цей фактор складається з таких частин:

- час передачі замовлення. Цей час починається з моменту здійснення замовлення клієнтом та закінчується, коли відділ обробки замовлень компанії отримує це замовлення;

- час обробки замовлення. Цей час необхідний для обробки замовлення та його передачі до відділу управління запасами;

- час формування партії товару. Цей час необхідний для підготування товару на складі для відправлення;

- час доставки. Це є час доставки товару покупцю. Час доставки складається головним чином з часу безпосередньо перевезення, але також включає час очікування, у тому числі очікування, поки перевізник прийме

товар, та час, необхідний для передачі товару від одного перевізника до іншого та перевантаження у випадку мультимодального перевезення.

Надійність товарних запасів. Цей елемент складається з низки параметрів, які відносяться до наявності запасів товару. Такими параметрами є відсоток запасів, яких не вистачило для задоволення споживацьких замовлень, відсоток не повністю виконаних замовлень та відсоток зовсім не виконаних замовлень, відсоток незадоволеного попиту споживачів тощо. Іншими словами, цей елемент оцінює, як діяльність компанії залежить від існуючих запасів, тобто, чи є в наявності товар, коли він потрібен.

Частота доставок та мінімальний розмір замовлення. Це відноситься до будь-якого правила обмежень, що накладаються компанією, яка здійснює доставку, на покупця, зокрема таких, як кількість доставок на тиждень, визначені дні доставок, мінімальний розмір замовлення та мінімальний обсяг замовлень за певний період.

Стабільність обслуговування. Цей фактор відображає роботу вищезазначених елементів. Іншими словами, чи здійснюються доставки, як правило, своєчасно? Чи існують періоди часу та сезони, коли запасів не вистачає для обслуговування замовлень?

Організаційні аспекти обслуговування споживачів, що включають збір замовлень та системи передачі, частота візитів представника компанії до своїх клієнтів, виставлення рахунків, встановлений взаємозв'язок між споживачами та постачальниками.

Всі компанії, що займаються міжнародною торгівлею, зацікавлені у зниженні собівартості продукції, яка значною мірою залежить від витрат на перевезення. Це може бути досягнуто лише шляхом більш раціонального розподілу, тобто означає доставку з можливістю швидкого інформування про вантаж, що знаходиться в шляху. В основі підходу так званої корпоративної логістики [3], закладена думка про те, що кожній компанії, а в ряді випадків і ринку в цілому, доцільно, з урахуванням інтегрованого планування відокремити виробництво і торгівлю від розподілу шляхом передання повністю або частково функцій розподілу спеціалізованим компаніям, що мають можливість акумуляції, збереження і збуту інформації. Доцільно залишити за однією із сторін аналіз потреб і ресурсів, устаткування, виробництво, капітал, кадри, а за іншою закріпити закупівлю матеріалів і енергоносіїв, зберігання, транспортування, управління збутом, утилізацію і ліквідацію відходів.

Через складність процесу міжнародного розподілу товарів за своєю природою і необхідністю найбільш вдалого вибору видів транспорту, маршруту перевезення і пункту доставки, з'явилася певна спеціалізація у сфері послуг, запропонованих окремими транспортно-експедиторськими компаніями. Робота сучасної транспортно-експедиторської компанії є складним процесом організації надання комплексної послуги МЕ та притягнення клієнтів в умовах гострої ринкової конкуренції. Організація

таких послуг включає взаємодію на ринку з багатьма суб'єктами у сфері перевезень вантажів та суміжних галузей економіки, що потребує від менеджерів цих компаній знання сучасних засобів маркетингового забезпечення.

Все це робить МЕ предметом підприємницької діяльності, експорту й імпорту транспортних послуг, що потребує впровадження в практику діяльності підприємців і менеджерів підприємств сфери транспортного експедитування нового мислення, що базується на сучасних принципах поведінки в ринковому середовищі.

Висновки та перспективи розвитку. Визначено місце послуг МЕ в системі ринкових відносин та проведено аналіз особливостей маркетингового забезпечення цих послуг. Для більш детального розгляду можливостей впровадження маркетингового забезпечення зроблено аналіз наукових джерел щодо базових аспектів діяльності транспортно-експедиторських компаній, таких як: пакет послуг клієнта, логістичний менеджмент, підрядна логістика, координація матеріальних та інформаційних потоків, міжнародні логістичні системи. Управління МЕ в умовах трансформації національної економіки потребує вирішення 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.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Джонсон Дж., Вуд Д., Вордлоу Д., Мерфи П.* Современная логистика, 7-е издание [Текст]: Пер. с англ. – М.: Издательский дом “Вільямс”, 2002. – 624 с.
2. *Воркут Т.А.* Проектування систем транспортного обслуговування в ланцюгах постачань. [Текст] – К.: НТУ, 2003. – 248 с.
3. *Губенко В.К.* Теоретичні основи логістичної системи промислового вузла. Ринок послуг комплексних транспортних систем та прикладні проблеми логістики. [Текст] – К.: – 2004. – С. 290.
4. *Милославская С.В., Плужников К.И.* Мультимодальные и интермодальные перевозки: Учебное пособие для студентов транспортных вузов. [Текст]- М: Рос Консульт, 2001.-364с.
5. Класифікатор послуг зовнішньоекономічної діяльності / Держстандарт України. [Текст] – К.: Держстандарт України. – 2004. – 54 с.
6. *Назаренко В.М., Назаренко К.С.* Транспортное обеспечение внешнеэкономической деятельности. [Текст] – М.: Центр экономики и маркетинга, 2000. – 512 с.
7. Закон України “Про транспортно-експедиторську діяльність” від 178-VII/04-ВР.

