

Таким образом, будет определен экономически целесообразный уровень информированности.

*К. Л. Калініна, аспірант,  
Одеський державний морський університет*

## **МАРКЕТИНГ І КОНКУРЕНЦІЯ У СФЕРІ НАДАННЯ ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ ПОСЛУГ ПІДПРИЄМСТВАМИ МОРСЬКОГО ТРАНСПОРТУ**

В Україні в процесі переходу до ринкових відносин формуються умови для розвитку цілеспрямованої та комплексної маркетингової діяльності. Говорячи про специфіку ринку транспортних послуг, необхідно зазначити, що в умовах розвитку конкурентного ринку маркетинг стає ефективним засобом вирішення проблем конкурентоспроможності підприємств морського транспорту.

Серед послуг, що надають підприємства морського транспорту, найпопулярнішими є: експедитування, агентування, морські вантажні та пасажирські перевезення. З кожним роком кількість компаній, що надають такі послуги, суттєво збільшується, внаслідок чого зростає й пропозиція їх.

У ситуації, що склалася, експедиторські компанії обирають різні шляхи підвищення конкурентоспроможності, зокрема такий, як диверсифікація діяльності, в цьому випадку — надання разом із експедиторськими й агентськими послугами, послуг митних брокерів тощо. Великі експедиторські компанії прагнуть стати членами міжнародних морських асоціацій, таких як FIATA, що дає безперечні переваги, якщо для клієнта суттєвими є питання щодо страхування вантажу в процесі перевезення. Не менш важливим є також рівень зістикування різних видів транспорту при перевезенні вантажу в рамках логістичних систем, оскільки тривалість транспортування відіграє другу (після його вартості), а інколи й першу за значимістю роль для клієнта при обранні компанії-експедитора.

Наведені шляхи підвищення конкурентоспроможності експедиторських компаній — далеко не єдино можливі і, як і інші, можуть дати досить тривалий ефект лише за комплексного використання їх у відповідь на дії чи, навпаки, для запобігання діям компаній-конкурентів. Наявність маркетингових досліджень у цій галузі є одним з основоположних чинників вибору правильної конкурентної стратегії.