

СТРАТЕГІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Здерчук М. В., здобувач вищої освіти 2 СТН курсу
ОС «Бакалавр» спеціальності 275 «Транспортні технології
(на автомобільному транспорті)»

Керівники: к.т.н., доцент **Комарніцький С. П.**, асистент **Мельник В. А.**

Заклад вищої освіти «Подільський державний університет»



Розроблення стратегії розвитку на основі принципових характеристик позначається сукупністю ускладнень перехідного періоду розвитку галузі. Зокрема, кризовий стан нехарактерний для галузі, проте присутній на рівні всіх підприємств-перевізників і проявляється у відсутності стратегічних, і навіть фінансових ресурсів для поточної діяльності. З цієї причини сучасний етап характеризує нерозвиненість ринку в наслідок нездатності суб'єктів господарювання до зайняття цільових ніш. Отже, існує проблема невизначеності стратегічних перспектив розвитку автомобільних перевізників вантажів внаслідок відсутності у них стратегічних ресурсів.

Для формування системи стратегічного управління розвитком підприємств вантажних автоперевезень на основі використання зовнішніх ресурсів та їх конвертації у внутрішній ресурсний потенціал доцільно спрямувати стратегічну діяльність на створення асоціації перевізників вантажів, диспетчерських пунктів і за їх допомогою загальний розвиток ринку. Мова йде насамперед про проведення повної ресегментації ринку з орієнтацією на заповнення сегментів місцевих – сільських перевезень, застосування системи моніторингу ринку та таких тенденцій, як підвищення потужності, надійності, загального вдосконалення транспортних засобів й оцінки конкуренції, поглиблення спеціалізації на вантажних перевезеннях з одночасною ліквідацією інших напрямків діяльності, диференціації стратегій за групами перевізників, реорганізації підприємств у напрямі зростання обсягів перевезень, визначення ключових точок ризику, вплив підприємства на які обмежений і які здатні привести до банкрутства перевізників, оптимізації потужності компаній відповідно до характеристик цільових сегментів, конкретизації стратегії розвитку за рахунок функціональних стратегій, побудови ієрархії цілей, визначення шляхів конвергенції з іншими галузями вантажних перевезень, розвитку логістико-диспетчерських суб'єктів ринку, переорієнтації компаній, орієнтованих на ресурси, споживача, повний маркетинг.

Загальна тенденція розвитку ринку характеризується зростанням його інвестиційної привабливості, де, зокрема, комерційна маржа має вище кількісне значення за аналогічні ринки розвинених країн та нових членів Європейського Союзу. При цьому, з іншого боку, чинником стримування входження в ринок є порівняно невеликий розмір цільових сегментів. До складових, які стримують входження конкурентів з явно вигравною позицією, належать також не врегульована нормативно-правова база, зарегульованість ринків, часте втручання регуляторних органів і невизначені перспективи статусу перевізників українського походження у регіоні через відсутність вольових рішень у сфері швидкої євроінтеграції.

Відтак, найімовірніший сценарій розвитку ринку у контексті входження у цільові сегменти іноземних конкурентів можна описати на основі критичних точок у нагромадженні ринкового потенціалу, утворення синергічного ефекту та, як наслідок, розширення ринку, яке і забезпечить перспективи для нових потужних іноземних конкурентів. Проте оскільки про швидку появу таких умов говорити не доводиться, у вітчизняних перевізників є резерв часу стратегічного розвитку. Стратегічні перспективи розвитку автомобільних перевізників вантажів знаходяться під впливом ряду чинників, серед яких треба виділити домінування ресурсного обмеження стратегічного розвитку.