

перед іншими учасниками у випадку невиконання своїх функціональних обов'язків. Водночас інтегровані маркетингові системи розподілу завдяки можливостям побудови довготривалої взаємодії через посилення взаємозалежності учасників каналу розподілу, прийнятні до можливостей застосування концепції маркетингу відносин, яка забезпечує максимальний корисний ефект.

Загалом, маркетинг відносин у збутовій політиці забезпечує наступні переваги для компанії:

1) досягається зниження витрат, особливо пов'язаних із залученням нових клієнтів;

2) компанія досягає росту кількості та обсягів продажу, оскільки постійні покупці збільшують свої видатки на її продукцію, завдяки інтенсифікації покупок;

3) маркетинг відносин забезпечує наявність ключової групи партнерів, яка надає компанії ринок для тестування і виведення нових продуктів чи пропозицій з меншим ризиком, що призводить до зменшення невизначеності для компанії в цілому;

4) компанія набуває певного бар'єру для входу конкурентів за рахунок утримання стабільної бази посередників та споживачів. Крім цього, стабільна кількість задоволених споживачів є запорукою утримання персоналу компанії.

Таким чином, вбачаємо за доцільне шукати шляхи для застосування концепції маркетингу відносин у розподільчій діяльності виробничих підприємств різних галузей. Також вважаємо перспективним напрям дослідження механізмів забезпечення координації у інтегрованих маркетингових системах українських виробничих підприємств.

Література:

1. Шталь Т. В., Савицька Н. Л., Доброскок Ю. Б. Управління процесами взаємодії підприємств у каналах збуту в умовах глобалізації: монографія. Х. : Видавництво «Лідер», 2015. 201 с.

ОГЛЯД РИНКУ ПОСЛУГ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ

Лапоног Д.В., аспірант

Харківський національний автомобільно-дорожній університет

Автомобільний транспорт, без сумніву, є потужним драйвером економіки, забезпечуючи переміщення вантажів і пасажирів у межах населених пунктів, між населеними пунктами, регіонами та, навіть, країнами. В контексті беззаперечних переваг автомобільного транспорту перед іншими видами транспорту за інтегральним критерієм «ціна – швидкість – гнучкість» закономірною є лідерська позиція цього виду транспорту в обсягах перевезення вантажів і пасажирів. Зокрема, у 2019 році структура перевезень вантажів і

пасажирів за видами транспорту в Україні була наступною (рис. 1-2).

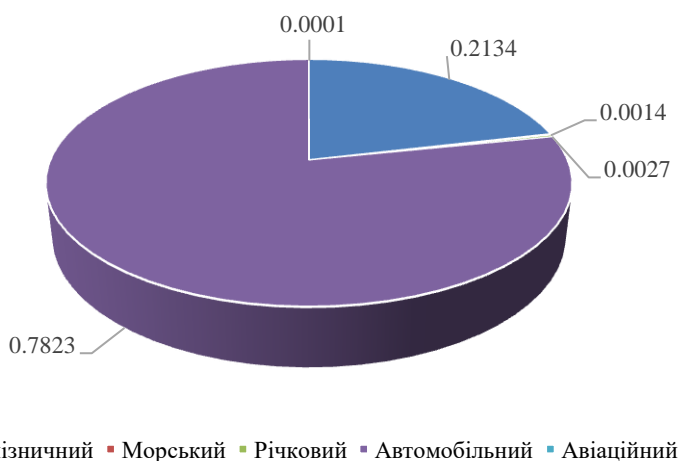


Рис. 1. Структура перевезення вантажів за видами транспорту у 2019 році (побудовано автором за даними [1])

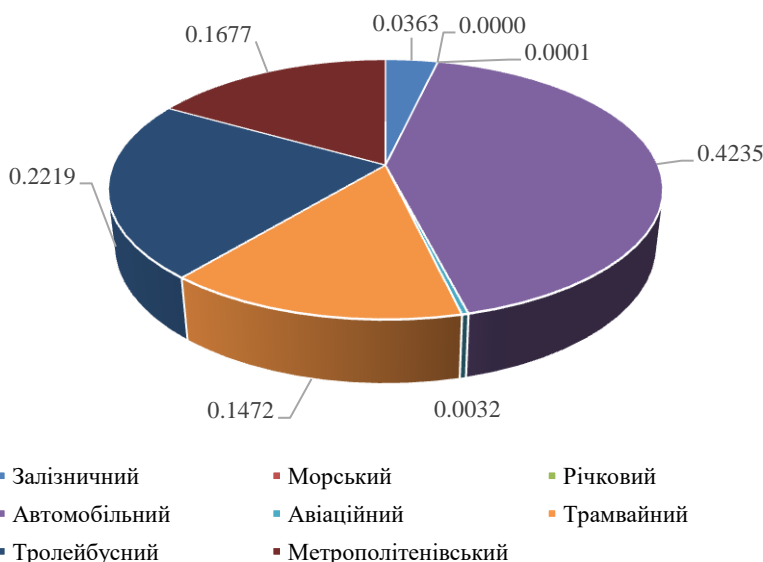


Рис. 2. Структура перевезення пасажирів за видами транспорту у 2019 році (побудовано автором за даними [2])

За даними Міністерства інфраструктури України на сьогодні найбільше ліцензій видано на такі послуги автомобільного транспорту: внутрішні перевезення пасажирів автобусами – 13687, внутрішні перевезення пасажирів на таксі – 10840, міжнародні перевезення вантажів вантажними автомобілями (крім перевезень небезпечних вантажів та небезпечних відходів) – 10400, внутрішні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення – 3802, внутрішні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями – 3396, міжнародні перевезення пасажирів автобусами – 2502, міжнародні перевезення небезпечних вантажів та небезпечних відходів вантажними автомобілями – 909, міжнародні перевезення пасажирів легковими автомобілями на замовлення – 147, міжнародні перевезення пасажирів на таксі – 74 [3]. Відповідно, на здійснення внутрішніх

перевезень вантажів і пасажирів наразі видано 31725 ліцензій, на здійснення міжнародних перевезень вантажів і пасажирів – 14032 ліцензії.

Не дивлячись на здавалося б явну за кількістю ліцензій направленість вітчизняних автоперевізників на внутрішній ринок, таке враження є дещо хибним, адже експорт послуг автомобільного транспорту з України традиційно є більшим за імпорт послуг автомобільного транспорту в Україну (рис. 3).

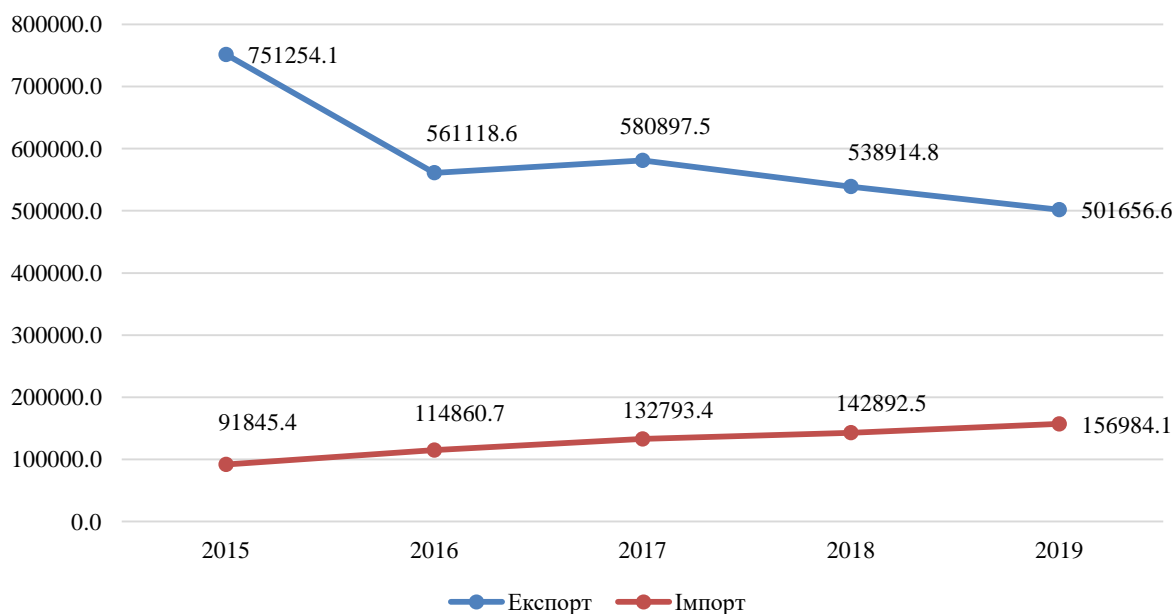


Рис. 3. Експорт і імпорт послуг автомобільного транспорту у 2019 році, тис. дол. США (побудовано автором за даними [4])

Література:

1. Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr_rik/tr_rik_u/op_vant_vt_u.htm.
2. Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/tr/tr_rik/tr_rik_u/kp_pas_vt_u.htm.
3. Статистичні дані по галузі автомобільного транспорту. URL: <https://mtu.gov.ua/content/statistichni-dani-po-galuzi-avtomobilnogo-transportu.html>.
4. Статистичний збірник «Транспорт України – 2019». URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/2020/zb/10/zb_trans_19.pdf.

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РЕГІОНАЛЬНОГО КЛАСТЕРУ В АПК

*Мільчева В.В., аспірант
Одеська національна академія харчових технологій*

В сучасному АПК України спостерігається низький рівень механізації і автоматизації, високий знос основних фондів і морально застаріле обладнання. В цілому в галузі відбувається постійне відставання українського