

УДК 338  
ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГА НА ОРГАНИЗАЦИЮ ЛОГИСТИЧЕСКОГО  
ПРОЦЕССА ПЕРЕВОЗКИ ГРУЗОВ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ

Д. А. ЖИГАЛОВА

Научный руководитель В. С. ЖАРИКОВ, канд. техн. наук, доц.  
Государственное учреждение высшего профессионального образования  
«БЕЛОРУССКО-РОССИЙСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
Могилев, Беларусь

Максимальный эффект от логистического процесса перевозки грузов наблюдается в том случае, если транспортная организация функционирует на целевых сегментах рынка. При выявлении целевых сегментов на международном рынке транспортных услуг, предприятию необходимо не только правильно организовать процесс транспортировки по международным стандартам, но и занять свою долю на рынке среди сотен конкурирующих перевозчиков при помощи проведения эффективных маркетинговых мероприятий, стимулирующих сбыт транспортных услуг.

Базой для изучения влияния маркетинга на логистический процесс перевозки грузов было выбрано предприятие ЗАО «Промлизинг». На предприятии отсутствует отдел маркетинга и не проводились маркетинговые исследования, поэтому были выбраны малоэффективные целевые сегменты рынка.

Разработаны рекомендации, совершенствующие организацию логистического процесса перевозки грузов на международном рынке, после применения которых автомобили будут перевозить одинаковый объем грузов, простои транспорта уменьшатся. Оптимизация транспортировки приведет к снижению командировочных расходов на 30 %. Уменьшить затраты на простои подвижного состава под погрузкой-разгрузкой позволит также покупка собственного погрузчика. Также предприятию рекомендуется проведение рекламы, разработка системы скидок для клиентов и др.

Плановая прибыль при перевозках одним транспортным средством ЗАО «Промлизинг» в течение одного месяца на целевом сегменте рынка с учетом рекомендаций составляет 34,9 % в общей стоимости перевозок. Таким образом, маркетинг оказывает большое влияние на логистический процесс перевозки грузов, позволяя выявить слабые стороны в его организации и делая его более эффективным и рентабельным.