

Секція

«МЕНЕДЖМЕНТ І МАРКЕТИНГ НА ТРАНСПОРТІ»
ГОЛОВА СЕКЦІЇ - д.е.н., професор В.Г.Шинкаренко

УДК 656.13:339.13

ВИЗНАЧЕННЯ ВИМОГ ПАСАЖИРІВ
ДО АВТОТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ,
ЩО НАДАЮТЬСЯ МАРШРУТНИМИ ТАКСІ
м. ХАРКОВА

Ананко І.М., аспірант(ХНАДУ)

На сьогодні, в сфері пасажирського автомобільного транспорту спостерігається посилення конкурентної боротьби, що загострює проблему пошуку та застосування інструментів підвищення рівня обслуговування пасажирів. При цьому, вчені та практики прийшли до висновку, що визначальним фактором успіху, від якого залежить ефективність впроваджених заходів, є визначення вимог споживачів. Питання, пов'язані з теоретичними основами маркетингових досліджень споживачів ґрунтовно розглянуті в працях В. Анурина, М.Ю. Баскакової, А.В. Войчака, Е.П. Голубкова та ін. Теоретичні та практичні аспекти маркетингової діяльності автотранспортних підприємств представлені в роботах А.А. Бачуріна, М.Д. Блатнова, М.П. Улицького, В.Г. Шинкаренка. Окремі положення використання результатів маркетингових досліджень на автомобільному транспорті з метою підвищення якості, розробки нових послуг та інструментів взаємодії зі споживачами висвітлено в публікаціях О.М. Криворучко, О.Ф. Кузіна, І.В. Федотової, В.Г. Шинкаренка та інших. В той же час питання, пов'язані з практичними аспектами дослідження вимог пасажирів, потребують подальшого вивчення.

Здійснено анкетування споживачів маршруту № 35 «ст. м. Пролетарська – вул. Зубарева» м. Харкова, що призначений для задоволення потреб населення Роганського жилмасиву в перевезеннях. Чисельність населення складає 5026 люд., що займає 0,17% від загальної кількості жителів м. Харкова. Кількість людей за статевою структурою: 46% – чоловіки та 54% – жінки. Середня тривалість життя в Україні – 68,06 років, в тому числі для жінок – 74,24 роки, для чоловіків – 62,24 роки. В ролі пасажирів найчастіше виступають жінки у віці від 16 до 50 років, що становить 74,62% від загальної їх кількості, та чоловіки у віці від 16 до 58 років, що складає 63,1%. Тобто, чисельність потенційних пасажирів автотранспортних послуг на маршруті становить $(0,54 \cdot 0,7462 + 0,46 \cdot 0,631) \cdot 5026 = 3484,06$

люд. За результатами розрахунків розмір вибірки з урахуванням її репрезентативності – 100 люд. Дослідження проводилося в формі анкетування. Анкету сформовано, виходячи з набору теоретично можливих атрибутів автотранспортних послуг та керуючись методичними основами розробки анкет. Опитування здійснювалось в салонах автобусів в різні інтервали доби. Більша частина опитаних – 49,2% – користується маршрутними таксі щоденно, 29,3% – 2-3 рази на тиждень і 21,5% – рідко. Майже 40% респондентів вважають плату за проїзд необґрунтованою, 46% – визнають розташування зупинок прийнятним, проте на підхід до них витрачається більше 10 хвилин. Майже 70% респондентів незадоволені рівнем санітарно-гігієнічних умов на зупинках, при цьому 85% пасажирів вважають їх матеріальну оснащеність дуже низькою, а 54% вказали на недостатність їх інформаційного забезпечення. Щодо технологічної організації перевезень, 38% споживачів оцінили наповненість салонів під час поїздок такою, що перевищує норми. Особливої уваги заслуговує те, що 46% пасажирів незадоволені рівнем професіоналізму та людськими якостями водіїв.

Отримані результати свідчать про те, що автотранспортне підприємство має значний потенціал у сфері розвитку пасажирського обслуговування. При цьому врахування в роботі його структурних підрозділів зауважень та пропозицій пасажирів, дозволить обґрунтовано обрати необхідні поліпшуючі заходи.

УДК 338.48+379.857+005,332.4

ОСОБЕННОСТИ РЕАЛИЗАЦИИ
КОНКУРЕНТНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В
КРУИЗНОМ СУДОХОДСТВЕ

Голубкова И. А., к.э.н., доцент (ОНМА)

Сложность управления развитием круизного потенциала морского ренджа заключается в достижении равенства стоимости предельной производительности единицы провозной способности и цены пассажира-место-суток. Круизные судоходные компании увеличивают количество капитала до момента, пока стоимость предельного потока пассажиров не сравняется с ценой единицы провозной способности. При этом рост стоимости судов ориентирован не столько на

уровень прибыльности, сколько на цену использования пассажиро-места, морскую ренту региона операторской деятельности и на возмещение стоимости труда моряков.

При этом именно величина провозной способности пассажирского флота предопределяет возникновение таких факторов производства как сервисные предприятия для флота и туристов. Изменение предложения потенциала в каждом сегменте влияет на доходность других подразделений.

С учетом объективности, разработанных эффективных средств изучения конкурентного окружения, можно трансформировать модель конкурентных сил для условий круизного рынка (рис. 1).

Из рисунка видно, что при наличии потенциальной потребности и возможности развития локального сегмента круизного судоходства необходимо учитывать не только эффективность реализации инвестиционного проекта, но ряд других ограничений, среди которых выделяются:

характер конкурентных стратегий, которые реализуются судоходными компаниями, занимающими традиционно устойчивое положение;

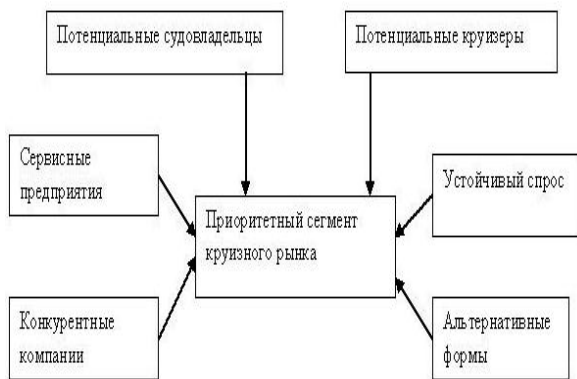


Рисунок 1- Особенности формирования конкурентных сил в системе круизного судоходства

оценка последствий выхода компании на рынок круизных услуг для формирования последующего равновесия по критериям себестоимости, уровню тарифа и качества обслуживания пассажиропотоков;

особенности развития альтернативных видов отдыха на море, их масштабность влияния на выбранный сегмент позиционирования;

характер взаимоотношений с сервисными структурами и круизной инфраструктурой морских портов;

оценка устойчивости спроса, то есть величины реальных потребителей круизов при

базовой платежеспособности и в условиях кризисных ситуаций.

Особое значение для достижения устойчивости и безопасности круизного судоходства придается требованиям к судостроительным верфям. В количественном отношении на рынке мирового круизного судостроения конкурентных предприятий немного. Сложилась четкая система монопольного позиционирования трех комплексов, которые остаются бесспорными лидерами рынка.

УДК 656.072:338.48

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПАСАЖИРСЬКОГО ЗАЛІЗНИЧНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Громова О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

У сучасних економічних умовах залізничному пасажирському господарству необхідно вирішувати складні проблеми адаптації до роботи в умовах розвитку та удосконалення ринку транспортних послуг, так як вони зазнають все більшої конкуренції з боку автомобільного та авіаційного транспорту. Також пасажирські залізничні перевезення залишаються збитковими. Бюджетне фінансування практично відсутнє. Тому залізниці вимушені компенсувати збитки від нерентабельних пасажирських перевезень за рахунок рентабельних вантажних, тобто, має місце перехресне фінансування збиткових видів діяльності за рахунок прибуткових.

Для забезпечення конкурентоспроможності і стійкого розвитку пасажирських залізничних перевезень терміновим є удосконалення управління потенціалом пасажирського комплексу залізничного транспорту України.

Одним з найважливіших напрямів підвищення якості пасажирських перевезень, економічної ефективності і конкурентоспроможності залізничного транспорту є впровадження швидкісного руху. Географічне розташування обласних і промислових центрів України (відстань між якими складає 400-650 км.) дає можливість організувати швидкісний пасажирський рух, коли час пасажирів в дорозі складатиме до 4 – 5 годин).

За існуючим розкладом руху пасажирських поїздів вже курсують денні пасажирські поїзди з Києва до Харкова, Дніпропетровська, Львова, Могилева-Подільського, Кременчука, Полтави, Хмельницького, Кам'янець-Подільського. Крім того, курсує 8 пар пасажирських денних поїздів між великими містами: Харків-Донецьк, Дніпропетровськ-Сімферополь, Львів-Рівне та ін.