

УДК 658.8

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МАРКЕТИНГУ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ГАЛУЗІ

*Зоріна О.І., к.т.н., професор,
Наумова О.Е., к.т.н., доцент,
Антонова О.І., асистент (УкрДАЗТ)*

Економічні реформи в Україні, в основі яких лежить трансформація адміністративно-командної системи в ринкову, пред'являють нові вимоги до залізничного транспорту з метою зміцнення його конкурентоспроможності на ринку транспортних послуг.

Посилення конкуренції на ринку транспортних послуг, особливо у сфері пасажирських перевезень, вимагає від Укрзалізниці пошуку нових шляхів залучення і утримання споживачів транспортних послуг. Це обумовлює необхідність впровадження маркетингової концепції на залізничних підприємствах. Дана концепція реалізується за допомогою проведення маркетингових досліджень з метою визначення споживчих переваг, поведінки споживачів транспортних послуг, факторів вибору виду транспорту, методів і каналів впливу на споживачів і т.п.

При впровадженні концепції маркетингу на залізничному транспорті доцільно дотримуватися наступних принципів:

– цілеспрямованість – орієнтація на довгострокову перспективу, а не на миттєву вигоду;

– об'єктивність – неупереджене вивчення умов функціонування залізниць: макрооточення, мікрооточення і внутрішнього середовища залізничного транспорту;

– оперативність – своєчасне реагування на зміну існуючого і потенційного попиту;

– гнучкість – адекватне пристосування транспортного виробництва до вимог ринку, до структури попиту на перевезення; орієнтація на інтереси споживачів транспортних послуг, облік конкретних «тонких» вимог клієнтів, що забезпечує їх утримання і залучення на залізничний транспорт;

– інноваційність – постійне вдосконалення продукту та його складових елементів, розробка нових видів транспортних послуг і технологій перевезень;

– активність – цілеспрямована дія на об'єкти досліджень: транспортний ринок, попит на перевезення залізничним транспортом;

– продуктивність – орієнтація на кінцеві результати: оптимальний рівень транспортної складової в кінцевій ціні, прибуток,

рентабельність, терміни доставки, збереження вантажів, безпека руху.

При реалізації концепції маркетингу зростає роль і маркетингових підрозділів залізниць, основною метою діяльності яких є розробка заходів щодо формування маркетингової політики залізничного підприємства, спрямованої на забезпечення конкурентоспроможності залізничного транспорту і зміцнення його ринкових позицій.

Слід зазначити, що рішення, що впливають на ринкову орієнтацію підприємства, усі підрозділи повинні приймати на основі рекомендацій і за узгодженням з відділом маркетингу. При цьому всі підрозділи підприємства зобов'язані надавати відділу маркетингу необхідну інформацію про характер і результати своєї діяльності. У свою чергу, відділ маркетингу зобов'язаний надавати усім іншим підрозділам підприємства інформацію, необхідну для ринкової орієнтації їх діяльності.

Впровадження маркетингових принципів у діяльність Укрзалізниці неможливо без складання маркетингового плану. При цьому роль маркетингу полягає у тому, щоб задавати координати іншим стратегічним напрямкам діяльності підприємства: управління фінансами, виробництвом, персоналом, матеріально-технічним забезпеченням.

УДК 331.108.2

НОВІ ВИМОГИ ДО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАТЬ

Калініченко Л. Л., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)

Важливою рисою економіки знань є перехід конкуренції, з одного боку, в надсистему (на глобальний рівень), а з іншого, в підсистему - на рівень окремої особистості (нано-рівень). Конкуренція стає багаторівневою, проникаючи, в тому числі, і у внутрішнє середовище фірми, а фірма повинна бути конкурентоспроможною на кожному рівні як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. У зовнішньому середовищі зростає роль взаємодії компанії зі своїми партнерами в рамках мереж, які стають найважливішими економічними суб'єктами нової економіки (на відміну від корпорацій в індустріальній економіці). У внутрішньому середовищі все більш важливий вплив на конкурентоспроможність фірми надають її співробітники, а також механізми реалізації обміну знаннями між ними і вироблення колективних рішень.

У зв'язку з сутнісними відмінностями

економіки знань від традиційної економіки, для ефективного функціонування в ній необхідна зміна принципів і моделей успішної підприємницької діяльності. Такій трансформації заважає інерційність мислення і в цілому уявлення про підприємництво, що сформувалися в період індустріального розвитку. Звідси, основна проблема сучасного підприємництва - недолік нового інноваційно-креативного мислення, нових концепцій, теорій, методів, механізмів переходу до інноваційного розвитку. Для подолання цих проблем необхідне формування системи інтелектуального забезпечення підприємництва, націленої на розвиток інтелектуальних ресурсів, інтелектуалізацію всіх суб'єктів господарської системи, відтворення і ефективний трансфер знань між ними.

В умовах економіки знань формуються нові вимоги до якості робочої сили. З усіх соціальних наслідків впливу на якість робочої сили найбільш істотний вплив на якість робочої сили чинять зміни у змісті та характері праці, що проявляється в такому: 1) зміні функції праці; 2) унікальності праці; 3) зміні в структурі кваліфікаційного комплексу; 4) зміні рівня і структури напруженості праці.

В умовах знаневоорієнтованої економіки важливими напрямками підтримання та розвитку як окремого працівника, так і колективу підприємства в цілому є такі:

1) диференціація співробітників в залежності від рівня креативності. Така диференціація є основою для вибору адекватних методів стимулювання інноваційної діяльності персоналу;

2) створення системи підтримки та розвитку творчих ініціатив співробітників, що включає підсистему обміну цінними знаннями, професійні та соціальні мережі, підсистему розвитку кар'єри та стимулювання високих бізнес-результатів. Основними принципами роботи з персоналом є: пошук і залучення талановитих співробітників; постійне навчання і розвиток; кар'єрне зростання за результатами роботи; висування керівників з числа співробітників; висока горизонтальна мобільність персоналу та ін. Орієнтація на таланти і їх розвиток формує певний образ успішного співробітника. Його основними рисами є: вміння вибудовувати відносини в колективі; висока працездатність, енергійність, працьовитість; цілеспрямованість; прагнення до розвитку і вдосконалення, в тому числі до кар'єрного росту; бажання і здатність вчитися; вміння працювати в команді; мобільність, готовність працювати в складних умовах; оптимізм, активна життєва позиція, ініціативність. Люди, що володіють такими якостями, здатні переробляти великі обсяги інформації, знаходити нестандартні рішення, діяти ефективно в умовах

невизначеності;

3) розроблення технологій утримання талановитих молодих співробітників як необхідної умови для підвищення конкурентоспроможності компаній в економіці знань;

4) розроблення та реалізація програм розвитку співробітників, які сприяють нарощуванню інтелектуального капіталу підприємства. Рішення даного завдання здійснюється за допомогою впровадження в практику управління людськими ресурсами «Принципів переможців», розробки та реалізації програм планування кар'єри та спадкоємності, а також створення системи утримання і передачі знань, формування розвиваючої культури. Інтегруючою основою для нарощування інтелектуального капіталу має стати корпоративний університет, що підтримує роботу керівників по розвитку своїх співробітників;

5) змінювання принципів формування системи винагороди працівників: посилення впливу інноваційної активності на зростання доходів персоналу, посилення їх залежності від кінцевих результатів (продуктові, технологічні інновації), а також їх якості та конкурентоспроможності на глобальних ринках;

6) зростання цінності фактору довіри, який є акселератором інноваційності та продуктивності. Ціннісним ядром культури довіри є якості співробітників і відносин між ними, необхідні для формування довіри;

7) внутрішнє навчання персоналу, яке сфокусоване на формуванні цінності організаційного знання, а також умінь і навичок обміну знаннями. Інтерес має принцип каскадного навчання, який передбачає, що знання, отримані при зовнішньому навчанні окремим співробітником, повинні бути передані ним усім зацікавленим співробітникам.

УДК 656.212:656.225

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ВАГОНАМИ РІЗНОЇ ФОРМИ ВЛАСНОСТІ ПРИ АВТОМАТИЗОВАНОМУ ФОРМУВАННІ ЕЛЕКТРОННИХ ПЕРЕВІЗНИХ ДОКУМЕНТІВ

*Котенко А.М., д.т.н., професор,
Кулешов А.В., аспірант (УкрДАЗТ)*

Завдання Державної цільової програми реформування залізничного транспорту на 2010-2019 роки із підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на внутрішньому і