

УДК330.115:388.656

*Вікторія Творонович, к. е. н., доц.
(професор кафедри «Економіка підприємств»,
Державний економіко-технологічний університет транспорту)*

СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ІНТЕГРОВАНОГО МАРКЕТИНГУ У СФЕРІ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Розглянуто концепцію інтегрованого маркетингу як можливий напрям підвищення розвитку перевезень транспортних підприємств України. Визначено основні задачі і напрями розвитку, які необхідно вирішити при реалізації цієї концепції.

Ключові слова: інтегрований маркетинг, комбіновані перевезення, транзитний потенціал, підвищення конкурентоспроможності, залізничний напрям.

Рассмотрена концепция интегрированного маркетинга как один из возможных направлений развития перевозок транспортных предприятий Украины. Определены основные задачи и направления развития, которые необходимо решить при реализации этой концепции.

Ключевые слова: интегрированный маркетинг, комбинированные перевозки, транзитный потенциал, повышение конкурентоспособности, железнодорожное направление.

Постановка проблеми і актуальність теми. Членство України в міжнародних транспортних організаціях і структурах, ратифікація деяких міжнародних угод і конвенцій стали першим кроком на шляху інтеграції транспортно-дорожнього комплексу нашої країни в міжнародну транспортну систему. Цьому також сприяє географічне положення України на перехресті шляхів з Європою і Азією, з Півдня на Північ на фоні перевантажених європейських транспортних вузлів (наша країна отримала найвищий коефіцієнт транзитності). Розвиток транспортної системи, особливо залізничного транспорту, має ключове значення.

В умовах реформування економіки України, широкого включення її в систему світових господарських зв'язків необхідно вирішувати складні проблеми адаптації залізничного транспорту до роботи в умовах ринкових відносин і забезпечення зростаючих вимог до якості й ефективності транспортних послуг. Україна до 2008 р. займала перше місце у світі за питомим обсягом залізничних вантажних перевезень, друге – за відправленням вантажів, третє – за обсягом транспортної роботи серед десяти країн світу з найбільш розвиненим залізничним транспортом. Постійним конкурентом залізничного транспорту є автомобільний. Його основні переваги – маневреність, можливість доставки вантажу практично в будь-яке місце за принципом «від дверей до дверей», висока швидкість доставки. Останніми роками конкуренція між залізничним і автомобільним транспортом загострилася, що вимагає впровадження маркетингової політики на залізничному транспорті, спрямованої на більш повне забезпечення потреб клієнта [1].

© Творонович В. І., 2014

Аналіз основних досліджень і публікацій. Проблема маркетингу на транспорті займаються такі вітчизняні і зарубіжні провідні вчені як Азарян В.Я., Єдін А.О., Кардаш В.Я., Міротін Л.Б., Пашенко Ю.Е., Пехтерєв Ф.С., Сергєєв В.І., Соболев В.М., Федюшин Ю.М., Шинкаренко В.Г. і багато інших.

Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії і практиці проблема розвитку інтегрованого маркетингу на транспорті є недостатньо висвітленою і вимагає подальшого дослідження.

Мета дослідження. Мета статті – розглянути концепцію інтегрованого маркетингу як один з можливих напрямів підвищення конкурентоспроможності перевезень на транспорті. Визначити задачі, які необхідно вирішити для реалізації цих напрямів.

Об'єктом дослідження є концепція інтегрованого маркетингу у транспортній сфері.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зміст маркетингової діяльності будь-якого господарського об'єкту полягає у прийнятті рішення, яке впливає з результатів аналізу ринкової ситуації. Маркетинг у сфері вантажних і пасажирських перевезень у транспортній галузі – одна із систем управління і організації діяльності об'єднань і підприємств, які надають послуги по перевезенню вантажів і пасажирів з метою отримання максимальних прибутків на основі комплексного підходу до процесів, які відбуваються на ринку. Застосування маркетингового підходу до системи якості перевезення вантажів дозволить забезпечити попит і вимоги замовників, сприяти стабілізації процесу перевезення, а також отримання максимального прибутку транспортних підприємств, які надають послуги цього виду діяльності. В сучасних умовах господарювання під впливом вимог міжнародної транспортної системи і існуючої системи перевезень в Україні спостерігаються корінні зміни в експлуатаційно-технологічній діяльності. Вони реалізуються завдяки розв'язанню таких питань:

- максимальному зниженню собівартості перевезень;
- переоцінці вибору критеріїв підходу до визначення ефективності перевезень і переходу від об'ємних показників до фінансово-економічних;
- забезпеченню необхідної швидкості руху транспорту, доставки вантажів;
- забезпеченню цілісності вантажів під час перевезення;
- дотриманню графіка руху поїздів;
- підвищенню якості послуг на транспорті.

Питання, які стосуються визначення можливих напрямів підвищення конкурентоспроможності вантажних перевезень на залізничному транспорті важко формалізуються. Вони мають розглядатися як концепція на певний проміжок часу, яка описує множину альтернативі, визначає якісний аспект в кількісних оцінках. Це дозволить обмежити негативні наслідки реальних процесів, що відбуваються на транспорті. Розрахунки бажано виконувати на підставі багатовимірних систем моделей. Поєднання досліджень за комбінованою методикою найбільш відповідає сучасним умовам для обґрунтування практичних задач, які забезпечать реалізацію визначених напрямів. Робота ведеться з використанням евристичних і математичних методів.

Евристичний підхід має за мету залучення експертів для визначення набору характеристик головної цілі – підвищення конкурентоспроможності вантажних перевезень на залізничному транспорті. В результаті роботи з експертами були отримані три напрями: удосконалення існуючої технологій перевезень і технічного оснащення залізниць України; широкої інтеграції транспортної системи України до міжнародних перевезень; широке впровадження комп'ютерних технологій на всій

мережі залізниць. Впровадження маркетингу на вітчизняному транспорті обумовлено необхідністю оптимізації експлуатаційних витрат і отриманням максимальних прибутків. Зростаюча диспропорція між попитом і пропозицією на ринку перевезень вимагає перебудови управлінської діяльності з орієнтацією на ринок. Маркетингова діяльність на транспорті повинна включати комплексне вивчення ринку, пристосування виробництва до потреб ринку і просування транспортних послуг на ринок. Це дозволить реалізувати системний підхід до використання принципів маркетингу для вдосконалення діяльності підприємств транспорту. В даний час ринок покупця транспортних послуг вже в достатній мірі склався. Разом з тим покупець пред'являє і нові вимоги до роботи транспорту. Основне завдання маркетингу транспортних послуг – переконати споживачів купувати ці послуги. Інтереси споживача визначають основну діяльність транспорту. Підприємства транспорту повинні орієнтуватися на кон'юнктуру ринку, максимальне пристосування розроблювальних умов до потреб споживачів, задоволення їх інтересів. Маркетинг на підприємствах транспорту передусім виконує збутову функцію, спрямовану на просування послуг від продавця до споживача. З іншого боку, маркетинг можна розглядати як процес організації і управління всією діяльністю підприємства, спрямованої на надання таких послуг, які відповідають потенційному попиту.

Центральною фігурою є споживач, який висуває певні вимоги до транспортних послуг. Тому основними напрямками маркетингових досліджень на транспорті є:

- 1) максимальне задоволення інтересів споживачів транспортних послуг;
- 2) формування попиту на транспортні послуги з перевезення вантажів.

Враховуючи особливості функціонування залізничного транспорту, слід розглядати залізницю як цілісний, складний організаційно-технічний і соціально-економічний комплекс, який вимагає спеціальних напрямів логістики. Маркетингові дослідження вантажних перевезень передбачають систематичний аналіз ринку транспортних послуг населення і зовнішнього середовища для вирішення тактичних і стратегічних завдань управління вантажними перевезеннями на залізницях України. Результат маркетингу вантажних перевезень – прийняття ефективних управлінських рішень, що дають змогу забезпечити залучення до залізничних перевезень необхідного вантажопотоку за рахунок гнучкої тарифної політики, щодо пропозиції населенню транспортних послуг прогнозованого об'єму і рівня якості. Тому слід оцінити користувачів послуг залізничного транспорту у співвідношенні «ціна – якість», що дасть змогу встановити відповідність між структурою попиту і потребою в тих чи інших видах рухомого складу. Впровадженням маркетинго-логістичного підходу в організації вантажних перевезень на залізничному транспорті є формування системи управління на макрорівні. Ця система управління забезпечить координацію перевізних і пропускних можливостей залізниць і зростаючих обсягів вантажопотоку, тобто логістична система має бути цілісною, забезпечити акумулювання всіх інформаційних технологій управління перевезеннями, а саме: створення мережі багатофункціональних логістичних центрів, або спеціалізованих логістичних підрозділів, формування довгострокових проектів щодо забезпечення обслуговування вантажів. Принциповою особливістю розвитку сучасної організації управління перевізним процесом є перехід від інформаційних до інформаційно-логістичних систем управління, важлива роль в яких належить взаємозв'язку маркетингових і логістичних досліджень. Логістичні підрозділи, оцінивши маркетингову інформацію про реальний попит, забезпечують логістичну пропозицію і забезпечують реалізацію цього попиту в наданні транспортних послуг. Відсутність

цілісних маркетингових структур не дає можливості сформувати перспективні пропозиції, що впливає на рівень конкурентоспроможності. Формування структури вантажних залізничних перевезень на основі логістики створює умови для оптимізації перевізного процесу і формування інтермодальних транспортних систем, формування науково обґрунтованого графіка руху поїздів і його оперативного втручання з боку диспетчерської служби, уніфікації системи управління перевезеннями, підвищення сфер конкурентної діяльності всіх перевізників у різних сегментах. Перший напрям – удосконалення існуючої технології перевезень і технічного оснащення залізниць України за рахунок вирішення таких питань:

1) подальший розвиток комбінованих перевезень, що передбачено Концепцією і Програмою реструктуризації на залізничному транспорті. Першим і основним видом комбінованих перевезень є контейнерні перевезення, другим – контрейлерні. Математичні методи були залучені для отримання кількісних характеристик складових першого напрямку, які дали можливість визначити розподіл енергоємності деяких ділянок певних напрямів. Розвиток комбінованих перевезень включає контейнерні і контрейлерні перевезення, тобто перевезення автомобілів, тягачів, автопоїздів, причепів і напівпричепів спеціальними залізничними платформами. Переваги контейнерних перевезень відомі. Але залізничному транспорту і тут важко витримувати конкуренцію з автотранспортом. Тривалість перевезення одного 20-футового контейнера з Одеського або Іллічівського морських торгових портів до Дніпропетровська з поверненням контейнера в порт автотранспортом складає 2 доби. При організації доставки такого контейнера залізничним транспортом до місць загального користування складає від 5 до 8 діб. Крім цього, необхідно ще залучати автотранспорт для доставки вантажу клієнту. Впровадження поїздів комбінованого транспорту приведе до прискорення терміну доставки, скорочення обороту платформ, що використовуються для цих перевезень, підвищення ефективності транспортних послуг [4]. Перспективи розвитку комбінованих перевезень очевидні: вони дозволять зберегти автодороги, значно покращать екологію, і криміногенну обстановку на шляху прямування. Це дозволить залучити додаткові обсяги перевезень, дозволить організувати просування вантажів у прискорених контейнерних і контрейлерних поїздах. Це, у свою чергу, приведе до скорочення обороту контейнерів на 2 – 3 доби;

2) визначення економічно обґрунтованих маршрутів слідування вагонопотоків і маси складу поїздів на основних напрямках перевезень вантажів. Економічно обґрунтованими є маршрути прямування вагонопотоків і маси складу поїздів на основних напрямках перевезень вантажів.

На більшості даних напрямків існує можливість збільшити масу вантажного поїзда застосовуючи кратну тягу. При цьому колійний розвиток більшості станцій не потребує удосконалення, оскільки є у наявності резерв корисної довжини колій. Аналіз дозволяє обрати ділянки, на яких, у першу чергу, необхідно виконати роботи по зменшенню енергоємності перевезень. Також можна розробити альтернативні варіанти руху вантажних потягів, які мають менші витрати енергетичних ресурсів, за рахунок чого можна досягти значного зниження собівартості перевезень.

3) покращення якості планування поїзної роботи на підставі вдосконалення взаємодії диспетчерського апарату суміжних залізниць і створення єдиних дорожніх центрів управління;

4) забезпечення взаємодії диспетчерських апаратів суміжних адміністрацій залізничного транспорту в рішенні питань регулювання пропуску вантажних поїздів

через прикордонні переходи. Однією із складових питань регулювання перепустки вантажних поїздів через прикордонні переходи є забезпечення взаємодії диспетчерських апаратів суміжних адміністрацій залізничного транспорту України;

5) удосконалення системи оперативного керування процесом поїздоутворення на технічних станціях, зокрема за рахунок більш широкого застосування групових поїздів у межах існуючого плану формування поїздів;

6) організація перевезень основної номенклатури зовнішньоторгових вантажів на адресу інших держав і портів відправницькими маршрутами з оформленням вагонів по одному перевізному документу і пропуском по транзитним залізницям;

7) розвиток взаємодії з автотранспортом у пунктах завантаження і розвантаження з метою реалізації принципу доставки вантажу «від дверей до дверей»;

Другий напрямок – формування Укрзалізницею мережі маркетинго-логістичних центрів, яке дозволить регулювати вантажопотоки між різними видами транспорту і надавати інформаційні послуги клієнтам щодо просування вантажів. Основними задачами даних маркетинго-логістичних центрів мають бути:

1) збір затверджених заявок на перевезення від відправників вантажів і портів і розробка на їх підставі календарних графіків навантаження і підводу вагонів у порту з урахуванням рівномірного завантаження станцій навантаження і портів вивантаження протягом місяця, розглядання можливостей позапланового завантаження і прикріплення його до відповідних портів регіону;

2) контроль своєчасного підведення вагонів до портів, повного завантаження портів необхідними вантажами, виключення простою вагонів на передпортових станціях і підходах до них в очікуванні вивантаження. Це забезпечується на підставі інформації про підхід вагонопотоків і ситуації з вагонним парком на передпортових станціях, а також даних про наявність вантажів у портах на базі АСУ портів;

3) розробка основного і альтернативного маршруту просування вагонопотоку, який передбачає мінімальні витрати на перевезення і своєчасну доставку вантажів.

Третій напрямок – широка інтеграція транспортної системи України до міжнародних перевезень, і, в першу чергу, реалізація транзитного потенціалу країни вирішується за рахунок розв'язання таких питань:

1) створення необхідних умов для організації залізничних перевезень по узгодженим транспортним коридорам, у тому числі за участю інших видів транспорту;

2) узгодження і системне вирішення питань державної підтримки залізничного транспорту, розробки інвестиційних проектів, розробки і реалізації міждержавних цільових програм, перш за все в частині модернізації об'єктів залізничного транспорту, оновлення і ремонту рухомого складу;

3) спрощення процедури митного оформлення вантажів;

4) широка реклама за кордоном транзитного потенціалу країни;

5) розвиток прикордонних станцій України, як однієї з ланок транспортної системи на шляху прямування експортно-імпортних і транзитних вантажів.

Четвертий напрям – широке впровадження комп'ютерних технологій на всій мережі залізниць вирішується за рахунок розв'язання засад інформаційного маркетингу:

1) активізації роботи з обладнання міждержавних стикових пунктів засобами, що забезпечать автоматизований збір інформації прослідкування поїздів;

2) широке впровадження автоматизованих систем управління, в тому числі й АРМ товарного касиру для прискорення оформлення перевізних документів і контролю за станом розрахунків клієнтів за перевезення;

3) впровадження електронного документообігу.

Кожний з напрямків має свої умови реалізації, які оцінювалися або за допомогою експертів, або математичними методами на основі статистичних даних.

Умовами реалізації першого напрямку є: розвиток комбінованих перевезень, що передбачено концепцією і Програмою реконструкції на залізничному транспорті; визначення економічно обґрунтованих маршрутів слідування вагонопотоків і маси складу потягів на основних напрямках перевезень вантажів; покращення якості планування роботи на підставі вдосконалення взаємодії диспетчерського апарату суміжних залізниць і створення єдиних дорожніх центрів управління; забезпечення взаємодії диспетчерських апаратів суміжних адміністрацій залізничного транспорту; удосконалення системи оперативного керування процесом поїздоутворення на технічних станціях, зокрема за рахунок більш широкого застосування групових поїздів у межах існуючого плану формування поїздів; організація формування Укрзалізницею мережі логістичних центрів.

Висновки і пропозиції. В сучасних умовах функціонування залізниць України можливо лише на основі ринкових методів організації і управління перевезень процесами перевезень. Даний процес має бути орієнтованим на задоволення потреб клієнта. Все це можливо за умови передачі відповідальності і відповідних повноважень по прийняттю оперативних рішень на нижні рівні управління, залишивши центральному апарату лише питання стратегічного планування і побудови загальної стратегії поведінки на ринку транспортних послуг. Питання стратегічного планування потребують ґрунтовних досліджень даної проблеми. Необхідно формування системи показників, які допоможуть оцінити ступінь розвитку вантажних перевезень залізниць України, на підставі статистичних даних, або введення нових, які відповідають реаліям сьогодення. Це можна реалізувати за допомогою системи спеціального призначення, мета якої визначити науково обґрунтовані альтернативи розвитку вантажів перевезень залізниць України для вирішення питань стратегічного планування. Для більш детальної розробки перерахованих заходів і визначення першочергових необхідно залучати профільні науково-технічні установи і інститути.

ЛІТЕРАТУРА

1. Сурмило Н.С. Шляхи підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту / Н.С. Сурмило // Проблеми економіки і управління на залізничному транспорті ЕКУЗТ 2010: Тези П'ятої міжнар. наук.-практ. конф. – Д.: ДНУЗТ, 2010. – С. 237.
2. Столбецов О. Б. Транзитний потенціал залізниць України як рушійна сила до удосконалення роботи прикордонних передавальних станцій на сучасному етапі / О. Б. Столбецов, Ф. Г. Ткачов // Зб. наук. пр. Української державної академії залізничного транспорту. – Вип. 112.– Харків, 2010. – С. 157-162.
3. Котенко А. М. Інтермодальні перевезення. Перспективи розвитку / А.М. Котенко, П.С. Шилаєв // Зб. наук. пр. Української державної академії залізничного транспорту. – Вип. 111.– Харків, 2009. – С. 31-37.
4. Творонович В. Інтегральний підхід до розв'язання деяких економічних питань на транспорті // Економіст, № 6, 2007. – С. 49 – 51.

*Victoriia Tvoronovych Ph.D., Associate Professor
(Professor of the Department of Economics and Entrepreneurship,
State Economic and Technological University of Transport)*

**MODERN CONCEPTION OF INTEGRATED MARKETING IN THE
FIELD OF TRANSPORT ENTERPRISE TRANSPORTATIONS OF
UKRAINE**

The marketing activities content of any economic object is settled with the help of the market situation analysis.

Freight and passenger transport marketing in the transport sector is one of the control and organization system of associations and companies that provide services for cargo and passengers for maximum profits of an integrated approach to the processes taking place in the market.

Marketing approach application to the quality system will ensure freight demand and customer requirements, which help to stabilize the transport and increase profits of transport companies that provide this type of activity.

In the current economic conditions influenced by the international transport system requirements and the existing transportation system in Ukraine there are fundamental changes in the operational and technological activities. Market researches, freight transport market system analysis, population requirements, an environment protection, tactical and strategic management task solving are traffic outcomes on railways of Ukraine. The main objective of transport services marketing is to convince consumers to buy these services. The main aim of transport marketing is determined by the consumers' interests. The main result of transport marketing is to make effective management decisions, which allow to ensure the efficient activities of transport companies.

Key words: Content marketing combined transport, transit potential, increase competitiveness, wagonflows, railway direction.

REFERENCES

1. Surmylo H.S. Shliahy pidvyshennia konkurentnospromoznosti zaliznychnogo transportu [Text] / NS Trumpeted // Problemy EКУZТ 2010: Problemy ekonomiky ta upravlinnia na zaliznychnomy transporti Conf. – D.: DNUZТ, 2010. – P. 237.

2. Stolbetsov, OB Tranzhytny potentsial zaliznyts Ukrainy yak rushijna syła do uskonalennia roboty prykordonnykh peredavalnykh stantsij na suchasnomu etapi / OB Stolbetsov, FG Tkachev // Collection. Science. pr. Ukrainian State Academy of Railway Transport. – Vol. 112.– Kharkov, 2010. – P. 157-162.

3. Kotenko, AM Intermodalny perevezennia. Perspektyvy rozvytku / AM Kotenko, PS Shylayev // 36 nauk pr. Ukrainskoi derzavnoi akademii zaliznychnogo transportu– Vol. 111.– Kharkov, 2009. – P. 31-37.

4. V. Tvoronovych Integralny pidchid do rozv'iazannia dejakykh ekonomichnykh pytan na transporti// Economist, №6, 2007.– P. 49 – 51.