

Висновки. Таким чином, треба зробити висновок, що має бути сформована чітка державна інвестиційна політика відносно кожного з регіонів, та має бути розроблено механізм впровадження інвестиційної політики по підвищенню інвестиційної привабливості. Кожен регіон має свої індивідуальні особливості і тому перспективою подальших досліджень можуть бути розробка способів та методів реалізації механізму підвищення інвестиційної привабливості регіону, а також розробка особливого механізму для кожного регіону.

Бібліографічний список

1. **Надіон Л.К., Філіппова Т.М., Кустовська І.О.,** Стратегічні пріоритети України: науково-аналітичний щоквартальний збірник. — К.:НІСД, 2007.
2. Рішення № 8/9 від 31 січня 2007 року Про затвердження Концепції Стратегії економічного та соціального розвитку Луганської області на період до 2015 року

ПРОКОПЕЦЬ Г.О., ГОРБАТОВА О.М., ст. гр. 4-МО
Наук. кер.: Божок А.Р., старш. викл.
Донецький інститут залізничного транспорту,
м. Донецьк

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ЗБИТКОВОСТІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ ТА ВИРІШЕННЯ ЇХ ЗА ДОПОМОГОЮ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНОГО ПІДХОДУ У СВІТЛІ РЕФОРМУВАННЯ УКРЗАЛІЗНИЦІ

Рассмотрена проблема убыточности пассажирских перевозок, исследованы основные ее причины. Для преодоления проблемы предложен маркетингово-логистический подход в условиях реформирования УЖД.

Актуальність. Сучасна економіка України характеризується динамічністю та протиріччями у процесах, що відбуваються. Разом з підвищенням різних видів попиту на пасажирські перевезення спостерігається загострення конкурентної боротьби за пасажера між залізничним, авіаційним та автомобільним транспортом.

Ціль дослідження: вивчення основних проблем у галузі пасажирських залізничних перевезень та шляхів подолання цих проблем за допомогою маркетингово-логістичного підходу.

Основна частина. Залізничний транспорт є однією з базових галузей економіки. Стабільне та ефективне функціонування залізничного транспорту є необхідною умовою для забезпечення обороноздатності, національної безпеки і цілісності держави, підвищення рівня життя населення.

На даний час стан виробничо-технічної бази залізниць і технологічний рівень перевезень за багатьма параметрами не відповідає зростаючим потребам суспільства та європейським стандартам якості надання транспортних послуг, що найближчим часом може стати перешкодою для подальшого соціально-економічного розвитку держави.

До основних проблем розвитку залізничного транспорту, належать:
недосконалість нормативно-правових актів, що регулюють діяльність залізничного транспорту, та невідповідність його організаційної структури умовам розвитку ринкової економіки країни;

перехресне субсидування збиткових пасажирських перевезень за рахунок вантажних;
недостатня прозорість фінансової діяльності галузі;
низький рівень конкуренції на ринку залізничних перевезень.

Щоб вирішити проблеми збитковості пасажирських перевезень потрібно

застосовувати нові концепції управління, які засновані на принципах логістики, основним інструментом яких є маркетинг. Ефективність застосування таких концепцій в господарській діяльності різних галузей економіки і на залізницях зарубіжжя підтвердилася на практиці. Гостра конкуренція між видами транспорту примусила залізниці зарубіжних країн перейти спочатку до маркетингових принципів, а потім до принципів логістики.

Маркетинг дозволив залізницям досягти відчутних успіхів, внести значну різноманітність в спеціалізацію потягів і композицію складів, модифікувати локомотиви і вагони, з урахуванням інтересів населення і суспільства в цілому. Саме на основі принципів маркетингу, а потім і логістики залізницям розвинених країн вдалося знаходити гнучкий механізм пристосування до умов транспортного ринку, які постійно змінюються, оперативно реагувати на зміну кон'юнктури, визначати оптимальні способи реагування на зміну попиту.

Маркетингово-логістичні принципи управління дозволили залізницям Японії, Канади, США і країн Європейського Союзу створити кращі в світі електровози, електропоїзди і пасажирські вагони, системи СЦБ і зв'язку, системи механізації і автоматизації трудомістких продуктивних процесів, конструкцій шляху і контактної мережі, пристрої безпеки руху. У цих країнах проведені кібернетизація і комп'ютеризація управління, створені комп'ютерні системи резервування місць в потягах з будь-якого місцезнаходження потенційного пасажиря, поставлені світові рекорди швидкості руху (515–580 км/ч), експлуатуються електропоїзди новітніх конструкцій, які рухаються із швидкістю 300 км/ч в стабільному режимі, здійснений прорив в справі здешевлення перевізного процесу шляхом створення спеціалізованих залізничних ліній.

Пасажир відтепер вважається центром уваги на всіх об'єктах пасажирського господарства. Згідно новим концепціям управління, вся структура пасажирських підприємств підпорядкована інтересам пасажиря. Це дозволяє своєчасно реагувати на зміну попиту, на нові вимоги споживачів транспортних послуг до якості обслуговування, а так само задовольняти існуючі норми і попит.

Щоб привернути пасажирів залізниці розвинених країн концентрують зусилля на підвищенні якості транспортних послуг за рахунок наступних чинників:

- скорочення терміну перевезення;
- поліпшення інформаційної забезпеченості пасажиря на етапах перевезення;
- розширення асортименту послуг і підвищення комфортності (на всіх етапах перевезення);
- впровадження автоматизованого управління пасажирськими перевезеннями і вдосконалення технології обслуговування;
- надання різних пільг тим, хто постійно користується послугами залізниці, і т.д.

Особливої уваги заслуговує досвід залізниць Франції. Головними пріоритетами в організації пасажирських перевезень тут при будь-якій ситуації є маркетингова логістика і модернізація.

З початку 90-х років обсяги пасажирських перевезень залізниць Франції щорічно зменшувалися (найбільш низьким рівень був в 1995 році), тому керівництвом була поставлена мета збільшити обсяг перевезень і підвищити їх економічну ефективність. Для її досягнення зусилля всього персоналу спрямували на повернення довіри споживачів. Це завдання актуальне і в даний час. Важливість її рішення розуміє кожен службовець Французьких залізниць: для них споживач послуг є дійсним «босом».

У якості чинників, які сприяють поверненню довіри споживачів і підвищенню ефективності комерційної діяльності у сфері пасажирських привезень на Французьких залізницях були визначені заходи, які спрямовані на поліпшення якості обслуговування, удосконалення розкладу руху потягів і суворе його дотримання при

здійсненні високошвидкісних перевезень. Але головним чинником є цінова політика, яка направлена на те, щоб зробити покупку квитків простою та дешевою. Працівники Французьких залізниць змінили своє уявлення про пасажирські залізничні перевезення — замість таких, які є дорогими, вони стають такими, які доступні для масових категорій пасажирів. Наприклад, у Франції в 1997–1998 роках кількість пасажирів, що отримали право на покупку квитків із знижкою зросло на з 70 до 74% від загального числа. Після червня 1997 року, коли були введені нові тарифи і сезонні квитки для пасажирів у віці від 12 до 25 років, число пасажирів тих, що одержали пільги зросло на 15% [3]. У цей же час загальні доходи від пасажирських перевезень, не дивлячись на зниження середньої вартості квитків зросли на 9%.

Таким чином, при зростанні попиту на послуги залізниць не підвищують вартість квитків, а навпаки знижують. Доходи і прибуток збільшуються за рахунок зростання обсягів перевезень, тобто продажу великої кількості квитків, послуг, які пропонуються пасажирам.

Важливе значення для залучення пасажирів у Франції мали впровадження швидкісного руху і формувань пасажирських потягів з оновлених купейних вагонів з новим інтер'єром, сімейними купе, телефонами загального користування, стійками для велосипедів і ін.)

Підвищенню економічної ефективності перевезень сприяли і стимулюючі заходи для персоналу: наприклад введення 35-годинного робочого тижня, нових методів організації роботи і регулювання заробітної платні.

Необхідно постійно поповнювати рухомий склад для пасажирських перевезень, удосконалювати інфраструктуру і систему продажу квитків.

У Франції для поліпшення якості обслуговування пасажирів була введена нова система продажу квитків, сприяюча підвищенню населеності потягів. При необхідності відкриваються додаткові квиткові каси в центральних районах міст і в комерційних центрах, головним чином на лінії Париж — Південно-східна Франція. З червня 1999 року початий продаж квитків через власний веб-сайт. Тільки за першу половину названого року через Інтернет було реалізовано квитків на 155 млн. франків.

Окрім розкладів з регулярними інтервалами руху, пасажирам вагонів першого класу можна також надавати можливість замовляти таксі для продовження поїздки від місця призначення, а так само змінювати в квитках місце у вагоні навіть в останню хвилину, а замінити місце за 20 секунд можна через касові апарати, встановлені на платформі.

Швидкість руху потягів на залізницях Франції 140–200 км/год. Але всі схеми складів відповідають вимогам комфорту і зручності для пасажирів. Розробляються плани для проектів трамвай-потяг, які курсують на ділянки по черзі залежно від інтенсивності руху.

Особлива увага приділяється точності руху потягів за розкладом з тим, щоб досягти 90% прибуття потягів дальнього проходження за розкладом або із запізненням не більше ніж 5 хвилин. За великі запізнення пасажирам виплачуються компенсації у розмірі 1/3 вартості квитка.

Для подолання проблем залізничного транспорту необхідно:

провести реформування залізничного транспорту і забезпечити його подальший розвиток, підвищити ефективність функціонування галузі;

прискорити розвиток конкурентного ринку залізничних перевезень, утворення нових підприємств різних форм власності, що здійснюють вантажні та пасажирські перевезення.

Техніко-технологічна модернізація залізничного транспорту як результат реформування створить умови для:

забезпечення прозорості фінансової діяльності;

формування ринку транспортних послуг та підвищення рівня конкурентоспроможності операторських і транспортно-експедиторських компаній, що здійснюють перевезення за транзитними напрямками та в рамках міжнародних транспортних коридорів;

вирішення питання щодо надання підтримки у закупівлі рухомого складу, будівництві об'єктів залізничного транспорту, що мають соціальне значення, та компенсації збитків, пов'язаних з пільговими перевезеннями;

досягнення рівня європейських і світових стандартів, що сприятиме прискоренню темпів євроінтеграції та максимальній реалізації транзитного потенціалу держави.

Проведення реформування, крім підвищення ефективності діяльності галузі, дасть змогу досягти загальноекономічного результату за рахунок стимулювання розвитку транспортного машинобудування та експортування відповідно до європейських стандартів транспортних послуг.

Для Українських залізниць потрібно обрати новий, більш перспективний шлях. Створення концепції та структури управління необхідно з урахуванням своїх же особливостей розвитку національної економіки, світового досвіду, також вимог ринку. Потрібно вивчати споживчий попит та впроваджувати послуги, які у повному обсязі будуть відповідати побажанням пасажирів.

Подальший розвиток маркетингової логістики та її основного інструменту — маркетингу у пасажирському комплексі залізниць України можливе при виконанні наступних вимог:

наявність методики реалізації логістичної концепції управління в умовах вдосконалення транспортного ринку;

вдосконалення структури управління пасажирським комплексом та точне визначення функцій його підрозділів з урахуванням зміни кон'юнктури на ринку перевезень;

створення оптимальних структур підрозділів, що займаються обслуговуванням пасажирів;

розвиток інтерактивного маркетингу, що забезпечує взаємодію усіх секторів пасажирського комплексу та послуг через Інтернет та ін.

Висновки. Таким чином в умовах непередбачуваної динаміки розвитку пасажирських перевезень та низької платоспроможності населення, потрібна цілеспрямована робота, що сприятиме підвищенню конкурентоздатності послуг, розвитку нетрадиційних форм економічної діяльності. Це допоможе зберегти та покращити положення залізниць на транспортному ринку та отримати максимальні доходи та прибуток, скоротити витрати та забезпечити стабільне функціонування галузі.

Бібліографічний список

1. **Аксенов И.М.** Стратегия SNCF в сфере пассажирских перевозок// Залізничний транспорт України — 2001. — № 5. — с. 2–6.
2. **Аксенов И.М.** Основы маркетинга услуг в сфере пассажирских перевозок. — К.: КМУГА, 1999 — 185 с.
3. **Аксенов И.М.** Повышение эффективности пассажирских перевозок с учетом зарубежного опыта — 2005. — № 2. — с. 82–86.
4. Концепція державної програми реформування залізничного транспорту на 2008—2015 роки.