

ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ

УДК 656.13.072.6

С. А. Легкий, канд. экон. наук

Автомобильно-дорожный институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Донецкий национальный технический университет»
в г. Горловка

ОБОСНОВАНИЕ ФАКТОРОВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АВТОБУСНЫХ МАРШРУТОВ

На основе уточнения сущности понятия «привлекательность автобусного маршрута», анализа существующих процессов организации, планирования и управления пассажирскими автобусными перевозками, с использованием системного подхода обоснованы факторы и показатели привлекательности автобусных маршрутов. Предлагается к факторам привлекательности автобусных маршрутов относить их потребительские свойства маршрутов, качество перевозки пассажиров и тариф за перевозку пассажиров.

Ключевые слова: маршрут автобусный, привлекательность маршрута, фактор привлекательности маршрута, показатели привлекательности маршрута, анализ, обоснование

Постановка проблемы

Современный рынок услуг по перевозке пассажиров автобусным транспортом можно охарактеризовать как рынок с высокой степенью конкурентной борьбы, высокой динамикой изменения условий, высокой степенью неопределенности. Изменение требований пассажиров к транспортным услугам, несовершенство государственной политики в сфере организации перевозок пассажиров автомобильным транспортом и их тарифообразования, наличие большого количества конкурентов приводят к большим трудностям при принятии решений относительно разработки новых и усовершенствования существующих автобусных маршрутов. Решить данную проблему можно только за счет предложения пассажирам более привлекательных автобусных маршрутов, максимально отвечающих их требованиям. Поэтому проблема обоснования факторов и показателей привлекательности автобусных маршрутов является очень актуальной.

Анализ последних исследований и публикаций

Понятие привлекательности различных объектов, товаров, услуг появилось в науке относительно недавно. В большинстве случаев считалось, что привлекательность относится к человеку, его внешности, характеру и т. д. Поэтому в сфере планирования, организации и управления пассажирскими автобусными перевозками понятие «привлекательность», и в частности «привлекательность автобусного маршрута», отсутствует. Поэтому предлагается установить сущность этого понятия на основе системного подхода и теоретических обобщений.

Наибольшее распространение понятие привлекательности получило в сфере экономики, маркетинга и менеджмента при рассмотрении вопросов инвестиций и инвестиционной деятельности предприятий и организаций (таблица).

Анализ дефиниций понятия «инвестиционная привлекательность предприятия», представленных в таблице, позволил выделить два основных подхода к определению ее сущности:

1) представление инвестиционной привлекательности предприятия как комплекса или совокупности показателей (экономических, психологических и т. д.), факторов (внешних, внутренних) и их интегральной оценки [1–3];

2) представление инвестиционной привлекательности предприятия как интегральной оценки (характеристики) его преимуществ и недостатков (внутренних и внешних возможностей) [4–6].

Таблица – Определение понятия «инвестиционная привлекательность предприятия»

Автор	Определение понятия «инвестиционная привлекательность предприятия»
С. В. Кунев, Л. В. Кунева [1]	Комплекс экономико-психологических показателей (финансовое состояние, уровень корпоративного управления, прозрачность деятельности предприятий, защита интересов акционеров, ведение бухгалтерского учета по МСФО и др.) его инвестиционной подсистемы, определяющих для инвестора область предпочтительных значений инвестиционного поведения
С. В. Рылеев [2]	Многоуровневая интегральная характеристика совокупности экономико-психологических аспектов оценки предприятия, построенная при тесном взаимодействии с потенциальными инвесторами, которая отвечает их требованиям и обеспечивает положительный эффект от вложений
Е. А. Якименко [3]	Интегральная характеристика отдельных предприятий как объектов предстоящего инвестирования с учетом совокупности факторов внешнего и внутреннего воздействия, перспективности, выгоды, эффективности и приемлемого уровня риска вложения инвестиций в его развитие за счет собственных средств и средств других инвесторов
С. А. Панков [4]	Совокупность стратегических преимуществ, при выборе этого предприятия в качестве потенциального объекта долгосрочных вложений в активы; оценка, рождающаяся из сопоставления преимуществ (достоинств) и рисков (недостатков) предприятия в текущем и стратегическом периоде
С. А. Гуткевич [5]	Интегральная оценка преимуществ и недостатков объектов инвестирования, которая определяет возможность и целесообразность принятия решения инвестором относительно инвестирования в определенный экономический объект
О. Л. Горячая [6]	Справедливая количественная и качественная интегральная характеристика внутренних и внешних возможностей объекта потенциального инвестирования привлечь и использовать инвестиционные ресурсы для своего развития и обеспечивать максимизацию экономического эффекта субъектам инвестирования при минимальном инвестиционном риске

Вопросы привлекательности товаров рассматривались в [7–9], однако конкретных определений сущности этого понятия авторы не приводят.

Так, С. Г. Демченко [7] считает, что привлекательность товара характеризуется совокупностью отдельных его характеристик (цена, качество, удобство, долговечность, дизайн, мода, цвет и т. д.).

В [8] И. К. Беляевский также считает, что привлекательность товара определяется совокупностью качественных его характеристик, таких как внешний вид, совокупность потребительских свойств, экономичность и т. п.

Авторы В. Ю. Котов, М. В. Котова [9] утверждают, что в понятие привлекательности товара входит практически все, начиная с его упаковки и кончая индивидуальным подбором нужных для клиента (потенциального клиента) характеристик относительно этого товара или группы товаров (потребительские характеристики товара; сроки поставки товара; сервисное обслуживание клиентов; техническое обслуживание клиентов; дополнительные характеристики реализуемого товара; внешний вид товара; вкусовые, технические, эксплуатационные и другие свойства и параметры товара; упаковка товара; рекомендации для клиентов относительно продаваемого товара (услуг); презентация продаваемого товара).

Анализ приведенных выше факторов, определяющих привлекательность товара, позволил сделать вывод, что ученые под привлекательностью товара понимают совокупность его свойств и качественных характеристик.

В энциклопедическом справочнике продовольственной безопасности [10] потребительская привлекательность товаров определяется как максимальная сумма положительных и минимальное количество отрицательных свойств товаров, определяющих вместе их качество,

потребительскую полезность, выгодность и безопасность, что подтверждает правильность суждений этих авторов.

Чтобы окончательно устранить недопонимания относительно определения сущности понятия привлекательности товаров, услуг, предприятий и других объектов, обратимся к энциклопедическому трактованию этого понятия.

Согласно новому словарю русского языка [11] привлекательность, как производная от прилагательного «привлекательный», – это привлекающий к себе какими-либо качествами, свойствами.

Поэтому под привлекательностью мы будем понимать совокупность свойств, показателей, качественных и других характеристик объектов, посредством которых они вызывают интерес к себе у различных субъектов (привлекают к себе различных субъектов).

Соответственно, под привлекательностью автобусного маршрута мы будем понимать совокупность свойств, показателей, качественных и других характеристик автобусного маршрута, посредством которых он вызывает интерес к себе у различных субъектов.

Цель исследования – обоснование факторов и показателей привлекательности автобусных маршрутов.

Изложение основного материала исследования

Привлекательность автобусного маршрута представляет собой совокупность его свойств, показателей, качественных и других характеристик. К свойствам и показателям городских автобусных маршрутов относят его технико-эксплуатационные показатели (потребительские свойства), установленные при организации перевозок пассажиров на нем. Поэтому далее установим перечень технико-эксплуатационных показателей городского автобусного маршрута, которые относятся к первому фактору его привлекательности – потребительским свойствам.

Анализ последних исследований и публикаций по планированию, организации и управлению пассажирскими перевозками [12–14] позволил сделать вывод, что ученые не уделяют достаточно внимания определению технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов, необходимых для организации перевозок пассажиров на них. В своих работах они четко не выделяют технико-эксплуатационные показатели автобусных маршрутов, раскрывая лишь содержание отдельных этапов процесса организации перевозок пассажиров на маршрутах, и показатели, которые являются результатами или необходимы для осуществления отдельных этапов.

Только в работах авторов [12, 13] приводится перечень технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов, необходимых для организации перевозок пассажиров на них, однако состав этих показателей различен.

Так, В. С. Марунич в своей работе [12] приводит перечень технико-эксплуатационных показателей маршрута и маршрутной системы: *объемные показатели маршрута* (количество дней работы на маршруте за год, количество маршрутов, количество рейсов, суммарное количество остановок на транспортной сети, количество остановок на маршруте, суммарная длина транспортной сети, длина маршрута, средняя длина маршрута); *эксплуатационные показатели маршрута* (время рейса и время оборотного рейса, маршрутный коэффициент, коэффициент непрямолинейности маршрута, средняя длина перегона маршрута, средняя длина перегона группы маршрутов, средняя эксплуатационная скорость по группе маршрутов, средняя скорость соединения по группе маршрутов, техническая скорость, скорость сообщения; эксплуатационная скорость); *показатели качества транспортного обслуживания* (плотность транспортной сети, средний коэффициент непрямолинейности транспортной сети, коэффициент пересадочности, регулярность движения, интервал движения, средний интервал движения на маршрутах и на отдельном участке маршрутной системы).

Из перечня этих показателей необходимо исключить те, которые относятся к технико-эксплуатационным показателям маршрутной системы. В результате получим следующий перечень технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов, необходимых для организации перевозок пассажиров на них: количество дней работы на маршруте за год; количество рейсов; количество остановок на маршруте; длина маршрута; время рейса и время обратного рейса; техническая скорость, скорость сообщения, эксплуатационная скорость; интервал движения.

Автор [13] в своей работе приводит следующий перечень технико-эксплуатационных показателей разработки автобусных маршрутов: число дней работы маршрута в году; время начала и окончания работы маршрута; длина маршрута; число остановочных пунктов; время рейса и время обратного рейса; техническая скорость, скорость сообщения, эксплуатационная скорость; интервал движения; число рейсов, вместимость и количество автобусов на маршруте; время отправления автобуса с начальной остановки, время прибытия и отправления с промежуточных остановок, время прибытия на конечную остановку; продолжительность рабочего времени водителей, время перерыва для отдыха и питания водителей.

Предлагаемый этим автором перечень технико-эксплуатационных показателей разработки автобусных маршрутов является наиболее полным, однако он содержит такие показатели, как время отправления автобуса с начальной остановки, время прибытия и отправления с промежуточных остановок, время прибытия на конечную остановку, продолжительность рабочего времени водителей, время перерыва для отдыха и питания водителей, которые являются результатом составления маршрутных расписаний. Маршрутные расписания движения автобусов представляют собой основной документ для отдела эксплуатации, на основании которого строят работу всех звеньев эксплуатационной и технической служб, и который находится на автотранспортном предприятии. Поэтому включение указанных показателей в перечень технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов является неверным, что является недостатком.

Кроме этого, в [14] к исходным данным для составления расписания движения автобусов относят такой показатель маршрутов, как расстояние между остановочными пунктами, который также необходимо включить в перечень технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов.

Проведенный анализ литературных источников по планированию, организации и управлению пассажирскими перевозками позволил выделить следующие технико-эксплуатационные показатели автобусных маршрутов: количество дней работы на маршруте за год; время начала и окончания работы маршрута; количество рейсов; количество остановок на маршруте; длина маршрута; время рейса и время обратного рейса; расстояния между остановками; техническая скорость, скорость сообщения, эксплуатационная скорость; интервал движения; вместимость и количество автобусов на маршруте.

Далее исследуем второй фактор привлекательности автобусного маршрута – качество перевозки пассажиров и установим перечень его показателей.

Анализ последних исследований и публикаций по планированию, организации и управлению пассажирскими перевозками [15–21] показал, что на сегодняшний день ученые не имеют единой точки зрения относительно перечня показателей качества перевозки пассажиров.

Авторы [15–17] к основным показателям качества перевозок пассажиров относят: комфортность поездки (наполнение автобусов и регулярность движения их на маршрутах); время, затрачиваемое пассажирами на передвижение; безопасность перевозок. Недостатком такого подхода является то, что представленный перечень показателей является неполным и не позволяет в полной мере оценить качество перевозок пассажиров.

В своей работе О. Н. Криворучко [18] приводит перечень показателей качества пассажирских автотранспортных услуг, который она делит на следующие группы: качество предложения услуг (представление об услуге, состояние подаваемых транспортных средств, характеристики

персонала, информативность, социальная приемлемость), качество потребления услуг (регулярность, гарантированность, безопасность поездки, наполняемость автобусов, комфортабельность) и удовлетворенность качеством услуги (удовлетворенность качеством предложения услуг, удовлетворенность качеством потребления услуг). Из этих показателей нас интересуют показатели качества предложения и потребления услуг, причем более простые показатели (второго уровня). Из представленных данным автором показателей мы можем выделить следующие новые показатели, которыми следует дополнить перечень показателей качества перевозок пассажиров: представление об услуге, состояние подаваемых транспортных средств, характеристики персонала, информативность, гарантированность (отказы пассажирам в поездке). Такой показатель, как социальная приемлемость (уровень тарифов), к показателям качества перевозок пассажиров отнести очень сложно: обычно в городах устанавливается единый для всех маршрутов тариф за перевозку одного пассажира, который совсем не отражает уровень качества перевозки пассажиров на маршруте. Поэтому предлагается в качестве третьего фактора привлекательности автобусного маршрута принять тариф за перевозку пассажиров.

Л. Л. Афанасьев [19] утверждает, что к показателям качества обслуживания пассажиров следует относить к удовлетворению следующих требований по обеспечению: регулярности движения автобусов на маршрутах, снижения затрат времени населения на передвижение (времени на пешеходное передвижение к ближайшему остановочному пункту и от пункта выхода из автобуса к пункту назначения, времени на поездку в автобусе, времени на пересадки); возможности беспересадочной поездки; безопасности поездки; условий, создающих комфортность поездки (умеренное, в пределах номинальной вместимости, заполнение салона автобуса, хорошая обзорность, мягкость подвески и т. д.); пассажира информацией (объявлением остановок, вывешиванием схемы маршрута); экспрессных и укороченных маршрутов движения автобусов; удобства посадки и выхода пассажиров автобуса (широкие двери, низко расположенная подножка, накопительные площадки в салоне автобуса). Из предлагаемого автором перечня показателей качества перевозок пассажиров можно выделить следующие, не встречающиеся у рассмотренных выше авторов, показатели: удобство посадки и выхода пассажиров автобуса (ширина дверей, высота подножки над уровнем дороги, наличие накопительных площадок в салоне автобуса). Возможность беспересадочной поездки, наличие экспрессных и укороченных маршрутов движения автобусов к показателям качества перевозок пассажиров на маршруте предлагается не относить. Во-первых, так как понятие беспересадочной поездки для одних пассажиров будет иметь место, а для других – нет. Во-вторых, если имеются экспрессные и укороченные маршруты движения автобусов, то качество перевозок пассажиров оценивается именно на них.

ГОСТ Р 51825-2001 «Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования» [20] содержит показатели услуги, необходимые при оценке результативности ее оказания, которые можно отнести к показателям качества перевозок пассажиров: безопасность; своевременность и скорость; комфортность, этика и эстетика; комплексность; информативность, достоверность; доступность; сохранность багажа. Из представленных в ГОСТе показателей качества перевозок пассажиров можно выделить следующие новые показатели: своевременность перевозки и скорость доставки пассажиров. Такой показатель, как сохранность багажа, относится к пригородным, междугородным и международным перевозкам. Показатели комплексность и достоверность информации сомнительно отнести к качественным показателям перевозки пассажиров, так как предоставление неполных составляющих технологического содержания услуги и недостоверной информации относится к нарушениям договора перевозки, а не к их качеству.

ГОСТ Р 51004-96 «Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества» [21] непосредственно регламентирует показатели качества пассажирских перевозок. В соответствии с этим ГОСТом к ним относят следующие показатели: информационного обслуживания; комфортности; скорости; своевременности; сохранности багажа; безопасности; экономические; надежности функционирования транспортных средств; про-

фессиональной пригодности исполнителей транспортных услуг, которые характеризуют особенности персонала; готовности транспортного средства и экипажа к выполнению перевозок. Показатели качества перевозок пассажиров, представленные в этом ГОСТе, не содержат новых, отличающихся от рассмотренных выше показателей, что подтверждает, что мы учли в перечне показателей качества перевозок пассажиров максимальное их количество.

Кроме этого, предлагается к качеству перевозки пассажиров относить удобство месторасположения остановок как необходимую составляющую формирования маршрутов перевозок.

Проведенный анализ литературных источников по планированию, организации и управлению пассажирскими перевозками позволил выделить следующие показатели качества перевозок пассажиров: наполнение автобусов; регулярность движения; время, затрачиваемое пассажирами на передвижение; безопасность; доступность; надежность; представление об услуге; состояние транспортных средств; характеристики персонала; информативность; гарантированность; ширина дверей; высота подножки над уровнем дороги; наличие накопительных площадок в салоне автобуса; своевременность; скорость доставки; удобство месторасположения остановок.

При определении технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов и показателей качества перевозок пассажиров оказалось, что показатели скорости входят в перечень обоих факторов привлекательности автобусных маршрутов. Учитывая, что оценка сразу трех скоростей движения автобусов (технической скорости, скорости сообщения и эксплуатационной скорости) вызовет затруднение, предлагается, с учетом наличия скорости доставки в показателях качества перевозок пассажиров, исключить указанные скорости из перечня технико-эксплуатационных показателей автобусных маршрутов.

С учетом вышеизложенного, факторы и показатели привлекательности автобусных маршрутов можно представить в следующем виде (рисунок).



Рисунок – Факторы и показатели привлекательности автобусных маршрутов

Выводы

Таким образом, получило дальнейшее развитие обоснование факторов и показателей привлекательности автобусных маршрутов. Новизна этого подхода заключается в установлении этих факторов и показателей на основе уточнения сущности понятия «привлекательность автобусного маршрута», анализа существующих процессов организации, планирования и управления пассажирскими автобусными перевозками. Предлагается к факторам привлекательности автобусных маршрутов относить их потребительские свойства маршрутов, качество перевозки пассажиров и тариф за перевозку пассажиров.

Это позволит предприятиям пассажирского автотранспортного предприятия правильно оценивать привлекательность собственных автобусных маршрутов и сосредоточить внимание на улучшении тех показателей, которые негативно повлияли на эту привлекательность.

Список литературы

1. Кунев, С. В. Формирование инвестиционной привлекательности фармацевтического производителя на основе инструментов маркетинга: системный подход / С. В. Кунев, Л. В. Кунева. – Текст : электронный // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 1-1. – URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=17205>.
2. Рилеев, С. В. Інвестиційна привабливість: види та підходи до її оцінки / С. В. Рилеев, А. Л. Романчук // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – 2013. – Вип. 4. – С. 166–175.
3. Якименко, Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия / Е. А. Якименко // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2009. – № 11(61). – С. 117–121.
4. Панков, С. А. Аналитические подходы к оценке инвестиционной привлекательности предприятия / С. А. Панков // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – Т. 3, № 2. – С. 65–68.
5. Гуткевич, С. О. Інвестиційна привабливість: сутність, показники і чинники впливу / С. О. Гуткевич, О. В. Пулій // Інтелект XXI. – 2019. – № 2. – С. 88–93.
6. Горяча, О. Л. Інвестиційна привабливість промислового підприємства / О. Л. Горяча // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2016. – № 1(33). – С. 46–52.
7. Демченко, С. Г. Оценка факторной привлекательности продукта (обувь) / С. Г. Демченко // Практический маркетинг. – 2008. – № 11(141). – С. 4–10.
8. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование / И. К. Беляевский / Московский государственный университет экономики, статистики и информатики. – Москва, 2004. – 414 с. – ISBN 5-7764-0346-4.
9. Котов, В. Ю. Альтернативная система продаж / В. Ю. Котов, М. В. Котова. – Саратов : АСП, 2014. – 264 с. – ISBN 978-5-4345-0140-8.
10. Продовольственная безопасность: термины и понятия: энциклопедический справочник / В. Г. Гусаков, З. М. Ильина, В. И. Бельский [и др.]. – Минск : Белорусская наука, 2008. – 535 с. – ISBN 978-985-08-0992-6.
11. Ефремова, Т. Ф. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный : [в 2 томах] / Т. Ф. Ефремова. – Москва : Русский язык, 2000. – 2 т. – 2310 с.
12. Організація та управління пасажирськими перевезеннями / В. С. Маруніч, Л. Г. Шморгуна, В. Г. Кабанов [та ін.] ; за редакцією В. С. Маруніча, Л. Г. Шморгуна. – Київ : Міленіум, 2017. – 528 с. – ISBN 978-966-8063-80-1.
13. Легкий, С. А. Обоснование технико-эксплуатационных показателей разработки автобусных маршрутов / С. А. Легкий, А. С. Аксенов // Инновационные технологии в машиностроении, образовании и экономике. – 2018. – Т. 20, № 4-2(10). – С. 31–38.
14. Пермовский, А. А. Пассажирские перевозки / А. А. Пермовский. – Нижний Новгород : НГПУ, 2011. – 164 с.
15. Босняк, М. Г. Пасажирські автомобільні перевезення / М. Г. Босняк. – 2-ге вид. – Київ : Слово, 2011. – 272 с.
16. Касаткин, Ф. П. Организация перевозочных услуг и безопасность транспортного процесса / Ф. П. Касаткин, Ш. А. Амирсейидов / Владимирский государственный ун-т им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : ВлГУ, 2014. – 264 с. – ISBN 978-5-9984-0424-5.
17. Большаков, А. М. Повышение качества обслуживания пассажиров и эффективности работы автобусов / А. М. Большаков, Е. М. Кравченко, С. Л. Черникова. – Москва : Транспорт, 1981. – 206 с.
18. Криворучко, О. Н. Управление качеством услуг предприятий пассажирского автомобильного транспорта : монография / О. Н. Криворучко, Т. Е. Василенко. – Харьков : ХНАДУ, 2006. – 154 с.
19. Пассажирские автомобильные перевозки / Л. Л. Афанасьев, А. И. Воркут, Л. Б. Миротин [и др.] ; под редакцией Н. Б. Островского. – Москва : Транспорт, 1986. – 224 с.
20. ГОСТ Р 51825-2001. Услуги пассажирского автомобильного транспорта. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации : утвержден и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 14 ноября 2001 г. № 461-ст : введен впервые : дата введения 2002-07-01 : переиздан в июле 2020 г. – Текст : электронный / разработан Федеральным государственным унитарным предприятием «Государственный научно-

исследовательский институт автомобильного транспорта» Министерства транспорта Российской Федерации // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов : [сайт]. – URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200028574> .

21. ГОСТ Р 51004-96. Услуги транспортные. Пассажирские перевозки. Номенклатура показателей качества : государственный стандарт Российской Федерации : издание официальное : принят и введен в действие Постановлением Госстандарта России от 25 декабря 1996 г. № 701 : введен впервые. – Текст : электронный / разработан Научным центром по комплексным транспортным проблемам (НЦКТП) Министерства транспорта России и Министерства по сотрудничеству России с государствами СНГ. – URL: <https://files.stroyinf.ru/Data/278/27820.pdf> .

С. А. Легкий

*Автомобильно-дорожный институт (филиал)
федерального государственного бюджетного образовательного учреждения
высшего образования «Донецкий национальный технический университет» в г. Горловка
Обоснование факторов и показателей привлекательности автобусных маршрутов*

Актуальность изучения проблемы обоснования факторов и показателей привлекательности автобусных маршрутов обусловлена тем, что изменение требований пассажиров к транспортным услугам, несовершенство государственной политики в сфере организации перевозок пассажиров автомобильным транспортом и их тарифообразования, наличие большого количества конкурентов приводят к большим трудностям при принятии решений относительно разработки новых и усовершенствования существующих автобусных маршрутов. Решить данную проблему можно только за счет предложения пассажирам более привлекательных автобусных маршрутов, максимально отвечающих их требованиям.

Анализ существующих подходов к раскрытию сущности понятия «привлекательность автобусного маршрута» показал, что наибольшее распространение понятия привлекательности получило в сфере экономики, маркетинга и менеджмента при рассмотрении вопросов инвестиций и инвестиционной деятельности предприятий и организаций. В сфере планирования, организации и управления пассажирскими автобусными перевозками понятие «привлекательность», и в частности «привлекательность автобусного маршрута», отсутствует. Поэтому предложено установить сущность этого понятия на основе системного подхода и теоретических обобщений. Под привлекательностью автобусного маршрута предложено понимать совокупность свойств, показателей, качественных и других характеристик автобусного маршрута, посредством которых он вызывает интерес к себе у различных субъектов.

На основе уточнения сущности понятия «привлекательность автобусного маршрута», анализа существующих процессов организации, планирования и управления пассажирскими автобусными перевозками, с использованием системного подхода обоснованы факторы и показатели привлекательности автобусных маршрутов. Предлагается к факторам привлекательности автобусных маршрутов относить их потребительские свойства маршрутов, качество перевозки пассажиров и тариф за перевозку пассажиров.

Использование предлагаемого перечня факторов и показателей привлекательности автобусного маршрута позволит предприятиям пассажирского автотранспортного предприятия правильно оценивать привлекательность собственных автобусных маршрутов и сосредоточить внимание на улучшении тех показателей, которые негативно повлияли на эту привлекательность. Предложенный перечень факторов и показателей привлекательности автобусного маршрута может быть основой для определения факторов и показателей привлекательности маршрутов перевозки пассажиров других видов транспорта с учетом особенностей их технико-эксплуатационных, качественных показателей.

МАРШРУТ АВТОБУСНЫЙ, ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ МАРШРУТА, ФАКТОР ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МАРШРУТА, ПОКАЗАТЕЛИ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МАРШРУТА, АНАЛИЗ, ОБОСНОВАНИЕ

S. A. Legkii

*Automobile and Road Institute (Branch) of the Federal State Budget Educational Institution
of Higher Education «Donetsk National Technical University» in Gorlovka
Substantiation of Factors and Indicators of the Bus Routes Attractiveness*

The relevance of studying the problem of substantiating factors and indicators of the attractiveness of bus routes is due to the fact that changing passenger requirements for transport services, imperfection of state policy in the field of organization of passenger transportation by road and its tariff formation, the presence of a large number of competitors lead to great difficulties in making decisions regarding the development of new and improvement of

existing bus routes. This problem can be solved only by offering passengers more attractive bus routes that meet their requirements as much as possible.

The analysis of existing approaches to the disclosure of the essence of the concept of «attractiveness of a bus route» has shown that the attractiveness concept has become most widespread in the field of economics, marketing and management when considering investment issues and investment activities of enterprises and organizations. In the sphere of planning, organization and management of passenger bus transportation, the concept of «attractiveness» and, in particular, «attractiveness of the bus route» is absent. Therefore, it is proposed to establish the essence of this concept on the basis of the systematic approach and theoretical generalizations. The attractiveness of a bus route is proposed to be understood as a set of properties, indicators, qualitative and other characteristics of the bus route, through which it arouses interest in various subjects.

On the basis of clarifying the essence of the concept of the «bus route attractiveness», analyzing the existing processes of organization, planning and management of passenger bus transportation, using a systematic approach, the factors and indicators of the bus route attractiveness are substantiated. It is proposed that the factors of attractiveness of bus routes include their consumer properties of routes, the quality of passenger transportation and the fare for passenger transportation.

The use of the proposed list of factors and indicators of the bus route attractiveness will allow the enterprises of the passenger transport company to correctly assess the attractiveness of their own bus routes and focus on improving those indicators that have negatively affected this attractiveness. The proposed list of factors and indicators of the attractiveness of a bus route can be the basis for determining the factors and indicators of the attractiveness of passenger transportation routes of other modes of transport, taking into account the peculiarities of their technical and operational, qualitative indicators.

BUS ROUTE, ROUTE ATTRACTIVENESS, ROUTE ATTRACTIVE FACTOR, ROUTE ATTRACTIVENESS INDICATORS, ANALYSIS, JUSTIFICATION

Сведения об авторе:

С. А. Легкий

SPIN-код РИНЦ: 6047-7196
 ORCID ID: 0000-0003-0049-578X
 Телефон: +7 949 316-84-49
 Эл. почта: LegkiySA@mail.ru

Статья поступила 07.02.2024

© С. А. Легкий

*Рецензент: Н. А. Селезнева, канд. экон. наук, доц.,
 Автомобильно-дорожный институт
 (филиал) ДонНТУ в г. Горловка*