

T. A. VLASIUK

USING PEST ANALYSIS FOR EVALUATION IRREGULARITIES OF REGIONAL PASSENGER FLOW BY RAILWAY TRANSPORT

Regional passenger traffic in rail transport is characterized by various types of unevenness, which is associated with many factors, including the change of seasons, the provision of holidays for working citizens, as well as the availability of holidays, taking into account additional days off, when citizens tend to travel to the suburban are. In this regard, it is advisable to use PEST-analysis to assess the unevenness of regional passenger traffic in railway transport, which will take into account not only external environmental factors that have a significant impact on the operation of the railway, but also determine the prospects for further development of passenger traffic, based on the needs of the population.

Получено 01.12.2022

**ISSN 2664-5025. Проблемы перспективного развития
железнодорожных станций и узлов. Вып. 4. Гомель, 2022**

УДК 656.072.6:005.311

T. A. VLASYUK, A. N. BELOUS, L. A. GONCHAROVA

*Белорусский государственный университет транспорта, г. Гомель
vlasiuk.ta@gmail.com*

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПАССАЖИРОВ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ НА ОСНОВЕ МАТРИЦЫ АНСОФФА

Рассматривается возможность применения матрицы Ансоффа для оценки эффективности информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте. Приведены отличительные особенности данного метода, который позволяет подобрать оптимальное решение, исходя из конкретных условий, и обеспечивает эффективную организацию информирования пассажиров.

Согласно отчету Национального статистического комитета Республики Беларусь в 2020 году пассажирооборот на железнодорожном транспорте составил 6274,1 млн пас·км, а на автомобильном – 11228,6 млн пас·км и соответственно перевезено пассажиров на железнодорожном транспорте 79,7 млн человек, на автомобильном, включая таксомоторный, – 1212,0 млн человек. Приведенные показатели свидетельствуют о прочной и устойчивой позиции автомобильного транспорта на рынке транспортных услуг.

Структура пассажирооборота по видам транспорта в процентах к итогу приведена на рисунке 1.

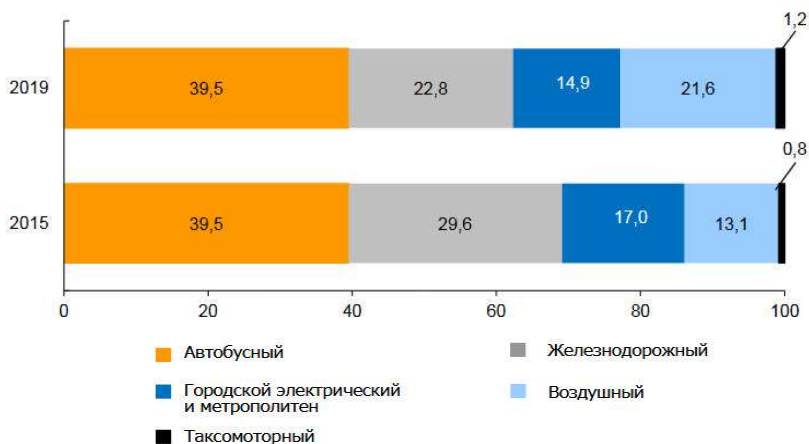


Рисунок 1 – Структура пассажирооборота по видам транспорта

За последние 6 лет пассажирооборот автомобильного, городского электрического транспорта и метрополитена увеличился на 5,8 % (с 14162 млн пас·км в 2016 году до 14 982 млн пас·км в 2019 году). Эта тенденция обусловлена ростом пассажирооборота международных автомобильных перевозок пассажиров в регулярном сообщении (с 312 млн пас·км в 2016 году до 1728,2 млн пас·км в 2019 году). Вместе с тем в 2020 году пассажирооборот автомобильного, городского электрического транспорта и метрополитена снизился на 23,6 % к 2019 году и на 20,8 % к 2015 году, что обусловлено социально-экономическими последствиями пандемии коронавирусной инфекции. Повышение уровня заболеваемости и принятые профилактические меры привели к снижению потребностей населения в перемещениях.

На железнодорожном транспорте пассажирооборот в 2020 году составил 3,7 млрд пас·км и снизился по сравнению с 2015 годом на 47,4 %.

В 2021 году пассажирооборот всех видов транспорта Республики Беларусь увеличился на 12,1 % по сравнению с аналогичным периодом прошлого года (20 217,8 млн пас·км, объем перевозок пассажиров – 1547,3 млн человек). На железнодорожном транспорте пассажирооборот 4490,6 млн пас·км, автомобильном (автобусы) – 7942,0 млн пас·км, городском электрическом и метрополитене – 3181,0 млн пас·км.

Объем перевозок пассажиров на железной дороге 61,4 млн человек, на автомобильном (автобусы) транспорте – 940,7 млн человек, городском электрическом и метрополитене – 543,1 млн человек.

Приведенный статистический анализ показывает устойчивую тенденцию роста автомобильных перевозок в Республике Беларусь и активную экспансию автобусного транспорта, который выступает альтернативой железной дороге не только на пригородных направлениях, но и в дальнем сообщении.

Сегодня мы наблюдаем значительное влияние автомобильного, городского электрического транспорта и метрополитена на развитие социальной сферы в Республике Беларусь, которыми осуществляется более 95 % от общего объема перевозок пассажиров всеми видами транспорта. Наибольшую долю в общем объеме перевозок пассажиров и пассажирообороте автомобильного, городского электрического транспорта и метрополитена за 2020 год занимают перевозки пассажиров автобусами – 61,9 и 40 % соответственно, а суммарная доля перевозок пассажиров городским электрическим транспортом (трамваями и троллейбусами) и метрополитеном составляет 34,2 и 15,1 %.

Таким образом, для выполнения перевозок в полном объеме на железнодорожном транспорте необходимо привлечение дополнительного пассажиропотока и укрепление «своей» позиции на рынке транспортных услуг, что является первостепенной задачей для железнодорожного транспорта. При этом привлечение пассажиров на железнодорожный транспорт возможно за счет эффективного информационного обеспечения и создания комфортных условий проезда, что позволит повысить конкурентоспособность железной дороги на рынке транспортных услуг.

Одним из направлений решения данной проблемы является применение матрицы Ансоффа, рассматривающей не только текущее состояние дел, но и связи, которые могут возникнуть в перспективе с возможными комбинациями старых и новых технологий по информационному обеспечению пассажиров, а также внедрение новых способов освоения железнодорожных пассажирских перевозок и предоставления услуг пассажиров как на вокзалах, так и пути следования. Применение матрицы Ансоффа позволяет выделить эффективную стратегию развития и сделать соответствующий выбор того или иного варианта. Следует отметить, что согласно матрице Ансоффа железнодорожному транспорту, прежде всего, необходимо развивать свои конкурентные преимущества по сравнению с другими видами транспорта.

С учетом вышеизложенного составим матрицу Ансоффа исходя из различных стратегий информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте (таблица 1).

Как видно из таблицы 1, матрица Ансоффа включает четыре стратегии развития информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте и предполагает выбор одной из четырех, что вызывает необходимость рассмотрения каждой из них в отдельности. Так, стратегия «Проникновение на рынок транспортных услуг» может быть рассмотрена согласно таблице 2.

Анализ таблицы 2 показал, что стратегия «Проникновение на информационный рынок транспортных услуг» позволяет рассмотреть возможности роста пассажиропотока, который привлекается на железнодорожный транспорт за счет различных предложений на существующем рынке информационного обеспечения транспортных услуг.

Таблица 1 – Матрица Ансоффа информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте

Информационное обеспечение пассажиров на железнодорожном транспорте	Существующее положение	Предложения
Существующее	Проникновение на информационный рынок транспортных услуг	Укрепление позиций на информационном рынке транспортных услуг
Прогнозируемое	Расширение информационного обеспечения рынка транспортных услуг	Диверсификация

Таблица 2 – Краткая характеристика стратегии «Проникновение на рынок транспортных услуг»

Критерии	Возможность достижения		
	Достижимо	Возможно	Невозможно
Темп роста пассажирских перевозок на железнодорожном транспорте	Высокий	Замедленный	Низкий
Уровень информационных услуг, предоставляемых пассажирам	Высокий	Среднерыночные показатели	Низкий
Частота пользования информационными услугами пассажирами	Максимальная	Умеренная	Низкая
Конкурентоспособность услуги	Имеется	–	Не имеется

При этом необходимо постоянно увеличивать диапазон предоставляемых услуг исходя из современных тенденций сервисного обслуживания населения, например, организации информационного обеспечения через интернет-приложения и т. п.

Стратегия «Расширение информационного обеспечения рынка транспортных услуг» достигается путем продвижения существующих услуг для пассажиров посредством тщательной сегментации, таргетинга и позиционирования услуги и может быть рассмотрена на примере таблицы 3.

Анализ таблицы 3 показал, что стратегия «Расширение информационного обеспечения рынка транспортных услуг» позволяет открыть новые направления для применения существующего информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте, что подтверждается имеющимися возможностями для их реализации на железной дороге, которые в дальнейшем позволят увеличить прибыль за счет привлечения большего количества пассажиров, например, туристические поезда для различных видов туров.

Стратегия «Укрепление позиций на информационном рынке транспортных услуг» требует дополнительных финансовых затрат, но дает возможность в течение некоторого времени железнодорожному транспорту оставаться монополистом на рынке транспортных услуг в сфере информационного обеспечения за счет опережения конкурентов.

Таблица 3 – Краткая характеристика стратегии «Расширение информационного обеспечения рынка транспортных услуг»

Критерии	Возможность достижения		
	Достижимо	Возможно	Невозможно
Наличие достижений на информационном рынке транспортных услуг	Имеется	–	Не имеется
Количество видов транспорта на информационном рынке транспортных услуг	Незначительное	Небольшое	Большое
Темп развития информационного обеспечения транспортных услуг	Высокий	Умеренный	Замедленный
Уникальность услуги	Имеется	–	Не имеется
Конкурентоспособность услуги	Имеется	–	Не имеется

При использовании данной стратегии возможна разработка новых информационных предложений, ориентированных на существующий пассажиропоток (таблица 4).

Таблица 4 – Краткая характеристика стратегии «Укрепление позиций на информационном рынке транспортных услуг»

Критерии	Возможность достижения		
	Достижимо	Возможно	Невозможно
Темп развития существующего рынка информационного обеспечения транспортных услуг	Высокий	Растущий	Стагнация
Объем существующего рынка информационного обеспечения транспортных услуг	Крупный	Средний	Небольшой
Наличие недостатков в информационном обеспечении предоставляемых услуг	Имеется	–	Не имеется
Угроза появления новых видов информационного обеспечения на других видах транспорта	Имеется	–	Не имеется

Таким образом, из таблицы 4 видно, что на железнодорожном транспорте имеются все возможности для расширения информационного обеспечения предоставляемых услуг для пассажиров.

Стратегия «Диверсификация» подразумевает разработку новых услуг по информационному обеспечению для пассажиров, что, в свою очередь, считается наиболее рискованной стратегией. Однако стратегия диверсификации, несмотря на риск, может предложить наибольшее количество вариантов по дальнейшему развитию информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте (таблица 5).

Таблица 5 – Краткая характеристика стратегии «Диверсификация»

Критерии	Возможность достижения		
	Достижимо	Возможно	Невозможно
Темп развития существующего информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте	Стагнация	Замедление	Высокий
Конкуренция на различных видах транспорта по информационному обеспечению пассажиров о транспортных услугах	Высокая	Жесткая	Низкая
Дополнительные ресурсы для развития информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте	Имеется	–	Не имеется
Получение компенсации за введение нового информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте	Имеется	–	Не имеется
Возможность развития существующего информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте	Имеется	–	Не имеется

Анализ таблицы 5 показал, что в настоящее время можно не проводить диверсификацию, так как на железнодорожном транспорте имеются возможности для информационного обеспечения пассажиров с использованием новых и существующих услуг.

Оценка затрат и возможность получения эффекта в зависимости от стратегии, согласно зарубежных исследований, приведена в таблице 6.

Таким образом, проведенный анализ при помощи матрицы Ансоффа, показал имеющиеся возможности информационного обеспечения пассажиров на железнодорожном транспорте для повышения эффективности данного вида перевозок исходя из стратегии «Проникновение на информационный рынок транспортных услуг», которая является наиболее распространенной и наименее рискованной из четырех рассматриваемых альтернатив.

Таблица 6 – Затраты и возможность получения эффекта в зависимости от стратегии

Наименование стратегии	Затраты	Возможность получения эффекта, %
Проникновение на информационный рынок транспортных услуг	–	До 50
Расширение информационного обеспечения рынка транспортных услуг	В 4 раза	До 20
Укрепление позиций на информационном рынке транспортных услуг	В 8 раз	Более 30
Диверсификация	От 12 до 16 раз	5

Матрица Ансоффа показывает, что требуются дополнительные затраты, например на переподготовку персонала, однако это улучшит качество информационного обслуживания пассажиров и в дальнейшем позволит увеличить пассажиропоток.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 *Ансофф, И.* Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб. : Питер Ком. 2005. – 206 с.

2 Экспертное бюро оценки и консалтинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.burocons.ru>. – Дата доступа : 12.12.2020.

3 Основы разработки маркетинговой стратегии и обоснование возможности ее реализации / М. В. Соловьева [и др.] // Вестник ВУиТ. – 2020. – Т. 2, № 3 (46). – С. 140–151.

4 Стратегический маркетинг : учеб. пособие / О. В. Фирсанова [и др.] // СПб : Изд-во Санкт-Петербургского гос. экономич. ун-та, 2018. – 73 с.

5 *Власюк, Т. А.* Применение матрицы Ансоффа для решения задач оценки эффективности работы железнодорожного транспорта при обслуживании межрегионального пассажирского сообщений / Т. А. Власюк // Проблемы перспективного развития железнодорожных станций и узлов : междунар. сб. науч. тр. – Гомель : БелГУТ, 2021. – Вып. 3. – С. 57–62.

6 Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=C22100165>. – Дата доступа : 15.12.2022.

T. A. VLASIUK, A. N. BELOUS, L. A. GONCHAROVA

EVALUATION OF INFORMATION PROVISION PASSENGERS BY RAILWAY TRANSPORTBASED ON THE ANSOFF MATRIX

To assess the effectiveness of information support for passengers in railway transport, the use of the Ansoff matrix is proposed. The distinctive features of this method are given, which, as a comprehensive study, allows you to choose the optimal solution for its practical application, based on specific conditions, and provides an effective organization of informing passengers with the further possibility of traveling by rail.

Получено 01.12.2022