

ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА К ОРГАНИЗАЦИИ ПАССАЖИРСКИХ ПЕРЕВОЗОК

В. П. ЯНОВСКАЯ, В. И. ТВОРОНОВИЧ, И. А. ТВОРОНОВИЧ

Государственный университет инфраструктуры и технологий, г. Киев, Украина

Ускорение интеграционных процессов транспортной системы Украины в мировую транспортную систему требует привлечения значительных материальных, а также интеллектуальных ресурсов. Особенностью функционирования системы является наличие принципиальной возможности управления ею. Транспортная система всё время находится в развитии. При этом растут, расширяются и углубляются связи между составляющими систему элементами как в середине ее, так и внешние, включая международные. Вопросы анализа и управления становятся особенно актуальными. Поэтому исследование систем со многими параметрами является необходимым условием обеспечения успешной их работы при принятии управленческих решений для перспективного развития.

Между компаниями, которые занимаются перевозками, возникла значительная конкуренция в этой сфере. Пассажирские автомобильные перевозки в последнее время завоевали ведущие места по перевозкам пассажиров и являются явными конкурентами. В результате этого в компаниях, осуществляющих пассажирские перевозки на железнодорожном транспорте, возникает потребность возвращения потребительского доверия пассажиров, а следовательно, стабилизации позиций на рынке транспортного обслуживания. Значение железнодорожного транспорта трудно переоценить. Иногда он вообще является единственным видом транспорта, который осуществляет общедоступные перевозки пассажиров.

Современный уровень транспортного обслуживания пассажиров основывается на достижениях транспортной науки и информационных технологий. Необходимо создать в каждой компании, занимающейся пассажирскими перевозками, маркетинговую структуру, которая могла бы принимать эффективные управленческие решения по тарифам, исследованию транспортного рынка, рекламе, качественному обслуживанию пассажиров. В маркетинговой работе железнодорожных пассажирских компаний прослеживается системность организации, которая должна обеспечиваться при переходе на маркетинговые методы.

Важная роль в этом принадлежит маркетинговым исследованиям. Маркетинговый подход способствует тому, что пассажирские перевозки железнодорожным транспортом смогут конкурировать с пассажирскими перевозками, которые осуществляются другими видами транспорта, и соответствовать мировому уровню благодаря созданию благоприятных условий для привлечения пассажиров, повышению качества услуг.

Для эффективного внедрения маркетингового подхода в организации пассажирских перевозок необходимо сформировать систему управления на макроуровне. Внедрение созданной целостной маркетинговой структуры позволит увеличить конкурентоспособность перевозок, а также выявлять и развивать перспективные направления.

Решение стратегических задач определяет поведение всей системы и определяет программу ее функционирования на прогнозный период. Тактические задачи исследования в такой маркетинговой структуре связаны с формированием параметров воздействия на систему для повышения степени ее организации. Перевод процесса управления на более высокий уровень проводится с помощью регулирования соответствующих переменных на основе обработки информационных потоков и определения управленческих факторов или решений. Для этого системы различного уровня, работающие с информационными потоками, должны опираться на наиболее эффективные методы решения задач анализа, планирования и управления. Управление объектами должно проводиться по замкнутой схеме с обратными связями.

Невозможно обеспечить динамическое равновесие системы пассажирских перевозок, а тем более ее развитие и управление без постоянного оценивания и контроля непрерывного потока информации по состоянию, то есть без мониторинга. Непрерывное наблюдение, изучение динамики, выработки стратегических альтернатив, анализ и сравнение реальных показателей является важной функцией мониторинга. Явление, имеет сложный многомерный характер.

Управление на базе информационных технологий будем рассматривать как совокупность организационных, методических, технико-экономических решений для воздействия на объект управления с целью поддержки или улучшения его функционирования. Круг задач, которые нужно решать системе, определяется функционированием и внутренними связями компонентов, входящих в состав исследуемого объекта. Задачи объединяются в комплексы. Само выделение комплексов задач происходит в результате структурирования на основе методов системного анализа для всей системы управления объектом. При этом нужно учитывать, что отдельные составляющие системы порождают исходные массивы данных, используемых и для последующих задач, которые могут быть и временными, и постоянными рабочими массивами и входят в общую информационную базу системы.

Первый тип задач – формирование перечня показателей для разработки и внедрения мониторинга. Второй тип задач относится к технологической информации о заданиях, которые могут выполняться системой. Третий тип задач относится к моделированию процесса перевозок. При этом нужен прогноз относительно изменений на рынке перевозок в течение определенного периода для принятия обоснованных маркетинговых решений, что позволяет достичь большей согласованности между возможностями компаний и потребностями потребителей.

Проведение этих маркетинговых исследований позволит улучшить процесс перевозок на железных дорогах Украины, что обеспечит:

- значительное сокращение времени на поездки, мобильность населения и экономическое развитие регионов;
- повышение пропускных способностей железных дорог по перевозкам пассажиров и уровня комфорта;
- повышение уровня безопасности перевозок;
- внедрение подвижного состава нового поколения;
- эффективное использование пассажирского подвижного состава;
- уменьшение затрат на приобретение пассажирских вагонов и приведение парка к оптимальному уровню;
- уменьшение существующей общей себестоимости в дальнем сообщении на 10–12 %.

На сегодня актуальными являются вопросы повышения пропускной способности участков, скоростей движения и массы поездов, а также внедрения скоростного движения пассажирских поездов. Поэтому основными составляющими программы действий на среднесрочный период должны стать меры по обеспечению стабильного и эффективного функционирования железнодорожного транспорта, повышение его конкурентоспособности и создания условий для социально-экономического развития государства.

В процессе проведенных маркетинговых исследований сделана попытка на основе системного анализа показать возможность унификации решения проблемы принятия управленческих решений на краткосрочную и среднесрочную перспективы для пассажирских перевозок.

Для эффективного анализа и стратегических исследований в области системы перевозок и их составляющих важным и неотъемлемым средством является широкое применение информационных технологий при использовании математического аппарата на базе статистических данных в замкнутом режиме.

Применение информационных технологий к поставленным задачам способно обеспечить принятие научно обоснованных управленческих решений и стратегий развития на всех уровнях управления.

Такая интенсивная разработка и внедрение маркетинговых систем с широким спектром использования разных математических методов, которые научно обосновывают полученные решения, выведут пассажирские перевозки на новый уровень.