

міської логістики пасажирських перевезень слід віднести: комплектність, коректність, конструктивність, надійність, варіативність. Принцип комплектності полягає у забезпеченні всіх видів ресурсів для реалізації транспортного процесу, координації дій всіх учасників руху, центральному контролю за умовами використання транспортної інфраструктури, забезпеченні кооперації між учасниками міської системи. Принцип коректності передбачає визначення витрат всіх видів ресурсів міського і економічного середовища для кожного учасника транспортного процесу. Принцип конструктивності спрямований на диспетчеризацію загального транспортного потоку, безперервного відстеження переміщення і зміни кожного об'єкта потоку і оперативне коректування його руху; ретельне виявлення елементів всіх вагомих операцій обслуговування пасажирів. Принцип надійності передбачає забезпечення безвідмовності та безпеки руху, резервування комунікацій і технічних засобів. Принцип варіативності оцінює можливість гнучкого реагування на коливання попиту та інші впливи зовнішнього середовища; цілеспрямоване створення резервних потужностей міської пасажирської транспортної системи.

Розробка науково-технологічного апарату впровадження принципів міської логістики дозволить визначити баланс між видами міського транспорту, оптимізувати взаємодію між елементами підсистеми, раціоналізувати використання всіх видів ресурсів і як результат забезпечити ефективне функціонування не лише міського пасажирського транспорту а всіх видів міського транспорту і міської системи в цілому.

УДК 656.2.008.8

МАРКЕТИНГОВІ ПІДХОДИ В УПРАВЛІННІ ЗАЛІЗНИЧНИМ ТРАНСПОРТОМ

Волохов В.А., к.е.н., (УкрДУЗТ)

Досвід роботи залізничної галузі в умовах ринкової економіки визначив необхідність посилення ролі планування не тільки основної діяльності, але і збуту залізничної продукції, впровадження елементів маркетингу у роботу залізничного транспорту. У цьому зв'язку актуальними стають задачі зміцнення і розвитку організаційної структури, що забезпечує ефективну реалізацію маркетингових принципів керування галуззю, методологічного апарата проведення маркетингових досліджень на залізничному транспорті, корпоративної системи керування маркетингом, що забезпечує підтримку

прийняття управлінських рішень у питаннях формування маркетингової стратегії і тактики роботи залізниць на ринку транспортних послуг.

Під маркетинговими підходами в управлінні залізничним транспортом розуміється комплекс мій, дій, рішень, що забезпечують ефективну реалізацію продукції залізничного транспорту, підвищення рентабельності галузі при оптимізації вантажо- і пасажиропотоків і рівня транспортної складової в структурі валового національного продукту.

Фундаментом сучасного маркетингового підходу до управління економікою залізничного транспорту мають стати:

- поділ функцій державного регулювання і господарського керування, створення "відкритої" системи, що оперативно реагує на зміну умов навколишнього середовища;

- проведення регулярних досліджень: транспортного ринку, попиту на перевезення вантажів і можливостей його задоволення на різних рівнях економічної системи (окремих підприємств клієнтури і станцій; регіонів і обслуговуючих їх залізниць); розробка на їхній основі пасивних і активних прогнозів розвитку економічних систем;

- розробка комплексної системи заходів, спрямованих на формування і керування попитом на послуги залізниць, стимулювання всіх учасників процесу перевезень, що сприяють переходу на новий якісний рівень взаємин із клієнтами;

- розробка механізмів регулювання пропозиції послуг залізничного транспорту, виходячи з об'єктивних причин зміни потреб клієнтів і сезонних коливань попиту на перевезення;

- розробка системи забезпечення своєчасної доставки сировини, матеріалів, запасних частин і комплектуючих виробів для виробничо-промислового комплексу країни і вивозу готової продукції для наступної її реалізації на внутрішньоукраїнському і закордонному ринках.

Маркетингові підходи в управлінні підприємствами залізничного транспорту сприятимуть: удосконаленню системи управління підприємств залізничного транспорту; поліпшенню якості перевезень і послуг; підвищенню пропускної спроможності виробничих потужностей; підвищенню узгодженості дій персоналу та його професійної відповідальності; поліпшенню просування нових послуг на ринок; поліпшенню координації між логістичними підрозділами та виробництвом; покращенню організації, планування та оперативного управління роботами з переміщення вантажів та вантажно-розвантажувальними операціями тощо.