

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА И СВЯЗИ УКРАИНЫ

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ АДМИНИСТРАЦИЯ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА УКРАИНЫ
(УКРЗАЛИЗНЬЦЯ)**

**ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИКО-
ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТРАНСПОРТА
(ГЭТУТ)**

**НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЩЕСТВО
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНИКОВ УКРАИНЫ**

МАТЕРИАЛЫ
Третьей Международной
научно-практической конференции
«ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И
УПРАВЛЕНИЯ НА
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ
ТРАНСПОРТЕ»

—

ЭКУЖТ 2008
23-27 июня 2008 года, г. Судак

КИЕВ – 2008

УДК 656:62

Рекомендовано к печати Ученым советом
Государственного экономико-технологического университета транспорта
(протокол № 10 от 29.05.2008 г.)

Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте: Материалы Третьей
Международной научно-практической конференции. – К.: ГЭТУТ, 2008.– 471 с.

ISBN 978-966-2197-06-8

Издание содержит материалы Третьей Международной научно-практической конференции «Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте». Изложенные материалы содержат постановку задач и их решения в научной и практической сфере экономики и управления на железнодорожном транспорте. Основной темой данного издания есть реформирование и развитие железнодорожного транспорта. Авторами тезисов являются ученые, специалисты-практики, аспиранты, представители государственных и коммерческих структур.

Для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов и специалистов транспортной отрасли.

Редакционная коллегия:

Бакаев О.О. – д-р экон. наук, проф., академик Национальной академии наук Украины, засл. деятель науки и техники Украины, академик Транспортной академии Украины, заместитель директора Международного научно-учебного Центра информационных технологий и систем Национальной академии наук Украины и Министерства образования и науки Украины;

Гурнак В.М. – д-р экон. наук, профессор кафедры „Экономика предприятий транспорта” Государственного экономико-технологического университета транспорта (заместитель главного редактора);

Дёмин Ю.В. – д-р техн. наук, проф., академик Транспортной академии Украины, научный руководитель Отраслевой научно-исследовательской лаборатории перспективного подвижного состава и специальной техники (заместитель главного редактора);

Джус Ю.Н. – канд. экон. наук, заместитель генерального директора Государственной администрации железнодорожного транспорта Украины (заместитель главного редактора);

Духно Н.А. – д-р юрид. наук, проф., директор Юридического института Московского государственного университета путей сообщения;

Зубко А.П. – канд. техн. наук, начальник Главного управления развития и технической политики Государственной администрации железнодорожного транспорта Украины (заместитель главного редактора);

Кельрих М.Б. – д-р техн. наук, проф., член-кор. Транспортной академии Украины, заведующий кафедрой „Вагоны” Государственного экономико-технологического университета транспорта;

Макаренко М.В. – д-р экон. наук, проф., академик Транспортной академии Украины, директор Департамента железнодорожного транспорта Министерства транспорта и связи Украины;

Мироненко В.К. – д-р техн. наук, проф., академик Транспортной академии Украины, проректор по научной работе Государственного экономико-технологического университета транспорта, директор научно-исследовательского института проблем развития транспорта;

Пилипчук О.Я. – д-р биол. наук, проф., академик Международной академии безопасности жизнедеятельности, заведующий кафедрой «Экология и безопасность жизнедеятельности» Государственного экономико-технологического университета транспорта;

Пичкур Т.В. – канд. истор. наук, доцент, академик Международной академии безопасности жизнедеятельности, заместитель директора научно-исследовательского института проблем развития транспорта Государственного экономико-технологического университета транспорта;

Родионов И.В. – начальник финансово-экономического отдела Департамента железнодорожного транспорта Министерства транспорта и связи Украины;

Семчик В.И. – д-р юрид. наук, проф., академик Академии правовых наук Украины, член-кор. Национальной академии наук Украины, заведующий отделом Института государства и права им. В.М.Корецкого Национальной академии наук Украины (заместитель главного редактора);

Стасюк А.И. – д-р техн. наук, проф., заведующий кафедрой „Информационные системы и технологии” Государственного экономико-технологического университета транспорта;

Сыч Е.Н. – д-р экон. наук, проф., академик Транспортной академии Украины, первый проректор, заведующий кафедрой „Экономика предприятий транспорта” Государственного экономико-технологического университета транспорта (главный редактор);

Цветов Ю.М. – д-р экон. наук, проф., академик Транспортной академии Украины, директор Научного центра исследований экономических транспортных проблем, заведующий кафедрой «Учет и аудит» Государственного экономико-технологического университета транспорта.

Печатается в редакции авторов на языке оригинала.

Все торговые марки, названные или изображенные в издании, принадлежат их собственникам.

ISBN 978-966-2197-06-8

© Государственная администрация железнодорожного транспорта Украины, 2008

© Государственный экономико-технологический университет транспорта, 2008

распределения ограниченных ресурсов между ОП межведомственных логистических центров и введение элементов конкуренции между ними (мотивации снижения собственных издержек), проектирование ресурсосберегающих технологий, комплексную оценку технико-экономического потенциала ОП и определение эффективных способов использования прибыли.

Организационная структура межведомственных логистических центров должна обеспечивать оптимальное взаимодействие грузовладельцев, экспедиторов и различных видов транспорта на основе согласования целей и задач управления с экономическими интересами участников транспортного процесса. Информационная технология МЛЦ должна базироваться на едином потоке электронной информации между всеми субъектами ЛТЦ и обеспечивать реализацию ряда специальных функций, в числе которых:

- обеспечение клиентов информацией о процессе перевозки грузов;
- информационное взаимодействие с партнерами по реализации функций ЛТЦ;
- обслуживание операторских компаний-собственников подвижного состава.

Исходными данными для разработки концепции создания межведомственных логистических центров могут быть мероприятия и показатели республиканской целевой программы развития транспортной отрасли, решения и постановления Правительства Республики Беларусь приказы и распоряжения Министерства транспорта Республики Беларусь по формированию и развитию МТК, статистические данные об объемах перевозок грузов различными видами транспорта.

УДК 339.138

Наумова О. Е.

Українська державна академія залізничного транспорту

ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРУКТУР В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

Одним из факторов обеспечения конкурентоспособности предприятия является его ориентация на технологии интегрированного маркетинга. При этом значительно возрастает роль маркетинговых структур, которые призваны направлять деятельность предприятий железнодорожной отрасли в условиях быстро меняющейся среды.

Реформування економіки України, її спрямованість до євроінтеграції вимагає проведення ринкових перетворень і на залізничному транспорті, який є однією з базових галузей. Жорстка конкуренція на ринку транспортних послуг ставить перед підприємствами залізничного транспорту задачу переходу на нові моделі управління, які сприятимуть досягненню високого рівня конкурентоспроможності на внутрішньому та зовнішньому ринках. Вирішення цієї задачі вимагає перегляду існуючих систем господарювання з позицій більш активного застосування концепції маркетингу. При цьому маркетинг повинен бути не тільки інструментом

просування та збуту транспортних послуг, а міцним засобом досягнення взаємодії всіх учасників процесу організації і проведення перевезень. Це забезпечується переходом до організації інтегрованого маркетингу на підприємстві, що передбачає поєднання не тільки виробництва і збуту, а ще й таких систем, як матеріально-технічне постачання і логістика, дослідження і технологічні розробки, управління персоналом, фінанси та інвестиційне планування тощо.

Необхідність такого переходу підкреслена в Концепції розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період та до 2020 року, де зазначено, що за даних умов важлива роль у формуванні ринків транспортних послуг відводиться маркетинговим структурам.

При формуванні сучасної, ефективно працюючої маркетингової структури необхідно визначити: модель та склад маркетингових служб, рівні підпорядкування; функції маркетингових підрозділів; задачі, права та обов'язки фахівців, що виконують маркетингові функції; норми, правила та процедури взаємодії всіх учасників маркетингової системи.

У даний час в рамках маркетингових підрозділів робота здійснюється тільки по окремих напрямках маркетингової діяльності: маркетингові дослідження, розробка нових послуг; тарифна політика; комерційна діяльність і збут; просування послуг; сервісна політика, проте, на наш погляд, не завжди забезпечується комплексне поєднання цих елементів, їх тісний взаємозв'язок.

Наприклад, вже більше п'яти років на Укрзалізниці у складі окремих поїздів передбачено "чоловічі" та "жіночі" купе для створення більш зручних умов поїзду пасажирами. За свідченням залізничників ця послуга користується невеликим попитом. Проте за результатами проведеного власного опитування мешканців міста Харкова та інших міст України було виявлено, що майже ніхто з респондентів про цю послугу не знав. При цьому всі визначали, що це дуже цікава і корисна пропозиція. Це говорить про те, що, по-перше, розірвано зв'язок між елементами комплексу маркетингу (товар (послуга) і просування), а, по-друге, відсутні заходи з оцінки ефективності пропонованих заходів. У цьому випадку доцільно було не тільки зосередити свою увагу на розширенні асортименту послуг, але й провести кампанію щодо широкого інформування населення про її впровадження. Крім того, для підтримання зворотного зв'язку з споживачами транспортних послуг було доцільно провести маркетингове дослідження щодо виявлення ступеня їх поінформованості про цю послугу, рівня їх задоволення та можливих побажань. Тільки після цього можна було б стверджувати про непопулярність даної послуги.

Цей простий приклад свідчить про те, що на маркетингову структуру покладено дуже велике коло складних, багатогранних задач, оскільки фахівцям служб маркетингу слід виконувати такі функції, як аналітична, виробнича, збутова, контрольна. Задачами маркетингових підрозділів є:

- ведення повних досьє клієнтів залізничного транспорту (вантажні перевезення);
- здійснення постійного моніторингу обсягів перевезень, цін, тарифів та рівня транспортної складової в кінцевій ціні реалізації готової продукції;
- підтримання інформаційної бази маркетингової аналітичної інформації (на підставі маркетингової звітності);
- формування ефективних маркетингових комунікацій та ін.

Від того, як маркетингові підрозділи виконують ці задачі, в якій мірі зможуть

побудувати відносини не тільки з клієнтами, але й з конкурентами, партнерами і посередниками, залежить ефективність роботи українських залізниць, їх успіх на ринку. Таким чином, маркетингові структури є не просто виконавцем певних функцій, вони є стратегом, який спрямовує діяльність залізничних підприємств відповідно до вимог часу.

Оскільки перелічені вище задачі різноманітні і великі за обсягом, для їх виконання необхідно мати у складі маркетингової структури відповідну кількість фахівців-виконавців. Тому для підвищення ефективності маркетингових підрозділів пропонується службам комерційної роботи і маркетингу залізниць тісно співпрацювати з відповідними кафедрами профільних вузів. Таким чином, частина робіт, що проводиться у маркетингових підрозділах, може бути частково виконана силами студентів-маркетологів у рамках їх виробничої практики, а також під час написання курсових і дипломних робіт. На наш погляд, це одночасно корисно як студентам, так і маркетинговим службам. Для студентів: посилюється їх мотивація до навчання, забезпечується їх впевненість у майбутньому працевлаштуванні (оскільки вони ще з студентської лави отримують певний досвід роботи за фахом), а також покращиться якість їх навчання за рахунок його практичної спрямованості. Для маркетингових структур залізничного транспорту це сприятиме їх поповненню талановитими, енергійними молодими фахівцями, які вже знають специфіку даної роботи і яких вже знають на підприємстві.

Отже, за даних умов маркетингові структури покликані розробити і впровадити перспективну програму дій для підвищення ефективності роботи залізничного транспорту в умовах швидкоплинного зовнішнього середовища. Проте для цього їх необхідно всебічно розвивати і підтримувати.

УДК 621.865.17

Омельченко О. Д., Стрелко О. Г., Артемчук С. О.

Державний економіко-технологічний університет транспорту

ЛОГІСТИКА В КЕРУВАННІ ВАНТАЖОПОТОКАМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

Исследования данного вопроса обусловлены потенциальными возможностями повышения эффективности функционирования транспортных систем, которые открывают использование логистического подхода.

Обґрунтовуючи актуальність використання принципів і методів логістики, слід врахувати кардинальні зміни, що відбулися в останнє десятиріччя у сфері реалізації готової продукції та надання послуг. До них можна віднести: перетворення ринку продавця на ринок покупця (для нього характерним є перевищення пропозиції над попитом), посилення конкурентної боротьби між суб'єктами господарювання, поступове поширення концепції маркетингу з її «орієнтацією на споживача» і як результат – зростання насиченості, ширини, глибини товарного асортименту.

Мельник Т.С., Христофор О.В., Лобойко Л.М. МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ТА СЕРВІСНИХ ПОСЛУГ В СФЕРІ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ	326
Митренкова А.В. ЛОГИСТИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК МЕХАНИЗМ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ГРУЗОВЛАДЕЛЬЦЕВ	328
Наумова О.Е. ПІДВИЩЕННЯ РОЛІ МАРКЕТИНГОВИХ СТРУКТУР В УМОВАХ РЕФОРМУВАННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ	330
Омельченко О.Д. Стрелко О.Г., Артемчук С.О. ЛОГІСТИКА В КЕРУВАННІ ВАНТАЖОПОТОКАМИ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	332
Острий І.Ф. РОЗРОБКА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ПЕРЕВІЗНОЇ ПОСЛУГИ НА ПАСАЖИРСЬКОМУ ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	333
Палюх А.А. МЕЖДУНАРОДНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	335
Сиволовська О.В., Шаля О.Г. СТВОРЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ НА ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ ...	337
Христофор О.В., Мельник Т.С. ВИЗНАЧЕННЯ КЛЮЧОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ ЯК ВИСХІДНИЙ ЕТАП СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ	339
Чернявська Т.В. СУБ'ЄКТИ ВІДНОСИН, ПОВ'ЯЗАНИХ З ФУНКЦІОНУВАННЯМ ТРАНСПОРТНИХ ІНФОРМАЦІЙНО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ	341
Шинкарчук А.Ю. РОЗВИТОК ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА БАЗІ ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ	343

СЕКЦИЯ 9 «Транспортные системы»

Цвстов Ю.М., Мироненко В.К., Цвстов М.Ю. ФОРМУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ТРАНСПОРТНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	345
Фещенко А.П., Демидов П.Г., Квасов С.Н. ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ В ТРАНСПОРТНОЙ СИСТЕМЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ	347
Герасименко П. В., Ходаковский А.В. АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ ВУЗОВ РОССИИ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНЫМИ СПЕЦИАЛИСТАМИ ОАО «РЖД»	349
Музикіна Г.І., Журавель І.Л., Журавель В.В. ВДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ РОБОТИ СТАНЦІЙ	352
Шестаков В.Н. РАЗВИТИЕ ПРОПУСКНОЙ СПОСОБНОСТИ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ПЕРЕВОЗОК В ПРЕДЕЛАХ ЮЖНОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ	353
Альферович Ю.В. РЕЖИМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ПОДЪЕЗДНЫХ ПУТЕЙ С ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫМИ СТАНЦИЯМИ ПРИ ДОСТАВКЕ ГРУЗОВ	355