

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

**ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ**

**ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ІМЕНІ АКАДЕМІКА В. ЛАЗАРЯНА**



**ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
ХІ Міжнародної наукової конференції
«ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ»
(25.04 -26.04.2013)**

**ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
ХІ Международной научной конференции
«ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ ТРАНСПОРТА»**

**ABSTRACTS OF THE REPORTS
of the XIth International Scientific Conference
“THE PROBLEMS OF THE TRANSPORT ECONOMICS”**

**Дніпропетровськ
2013**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

ДНІПРОПЕТРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ ІМЕНІ АКАДЕМІКА В. ЛАЗАРЯНА

ТЕЗИ ДОПОВІДЕЙ
XI Міжнародної наукової конференції
«ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ ТРАНСПОРТУ»
(25.04 - 26.04.2013)

ТЕЗИСЫ ДОКЛАДОВ
XI Международной научной конференции
«ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ ТРАНСПОРТА»

ABSTRACTS OF THE REPORTS
of the XIth International Scientific Conference
«THE PROBLEMS OF THE TRANSPORT ECONOMICS»

Дніпропетровськ
2013

УДК 656.2.003.12:656.2.071.11

Проблеми економіки транспорту: Тези доповідей XI Міжнародної наукової конференції. – Д.: ДНУЗТ, 2013 р., 178 с.

В збірнику розглядаються економічні проблеми структурної реформи Укрзалізниці, розвитку транспортних систем, їх взаємозв'язок з основними галузями народного господарства та адаптація до сучасних ринкових умов, а також теоретичні та практичні питання фінансування транспорту і дослідження в галузі економічного перекладу.

Збірник призначений для науково-технічних робітників залізниць України, підприємств транспорту, викладачів вищих навчальних закладів, аспірантів і студентів.

Редакційна колегія

К.е.н., доц.	Т. В. Полішко
Д.е.н., проф.	А. А. Покотілов
Д.е.н., проф.	С. В. Каламбет
Д.т.н., проф.	В. В. Скалозуб
Д.е.н., проф.	В. І. Копитко
Д.е.н., проф.	Ю. С. Бараш
Д.е.н., проф.	Л. С. Головкова
К.е.н., доц.	М. В. Гненний

Адреса редакційної колегії:

49010, м. Дніпропетровськ, вул. Акад. Лазаряна, 2, ДНУЗТ

Конференція проводиться за підтримки Державної адміністрації залізничного транспорту України «Укрзалізниця».

Тези доповідей друкуються мовою оригіналу в редакції авторів.

© Дніпропетровський національний університет
залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна,
2013 р.

Застосування маркетингових принципів у роботі залізничного транспорту України

Зоріна О. І., Антонова О. І., УкрДАЗТ, м. Харків

Економічні реформи в Україні, в основі яких лежить трансформація адміністративно-командної системи в ринкову, висувають нові вимоги до залізничного транспорту з метою зміцнення його конкурентної спроможності на ринку транспортних послуг. Маркетинг як найважливіший засіб конкурентної боротьби на сучасному ринку зменшує ризики при прийнятті управлінських рішень і сприяє поліпшенню якості життя населення. Завдяки маркетинговим підходам залізницям розвинених країн вдається знаходити «механізм» гнучкого пристосування до умов ринкових відносин, що постійно удосконалюються, оперативно реагувати на кон'юнктуру, знаходити методи реагування на попит.

Основними принципами управління маркетингом на залізничному транспорті є:

- цілеспрямованість (орієнтація на довгострокову перспективу, а не на миттєву вигоду);
- об'єктивність (неупереджене вивчення умов функціонування залізниць: макрооточення, мікрооточення і внутрішнього середовища залізничного транспорту);
- оперативність (своєчасне реагування на зміну існуючого і потенційного попиту);
- гнучкість (адекватне пристосування транспортного виробництва до вимог ринку, до структурі попиту на перевезення; орієнтація на інтереси споживачів транспортних послуг, облік конкретних «тонких» вимог клієнтів, забезпечує їх утримання і залучення на залізничний транспорт);
- інноваційність (постійне вдосконалення продукту і його складових елементів, розробка нових видів транспортних послуг і технологій перевезень);
- активність (цілеспрямований вплив на об'єкти досліджень: транспортний ринок, попит на перевезення залізничним транспортом);
- продуктивність (орієнтація на кінцеві результати: оптимальний рівень транспортної складової в кінцевій ціні продукції, прибуток, рентабельність, терміни доставки, збереження вантажів, безпеку руху).

На основі маркетингових принципів залізниці країн Європейського Союзу створили одні з найкращих у світі:

- електропоїзди;
- пасажирські й вантажні вагони;
- системи механізації та автоматизації виробничих процесів;
- особливий сервіс для споживачів послуг залізничного транспорту.

Що ж стосується України, то вона є країною з ринковою економікою, але проведення реформ і вдосконалення ринкових, економічних відносин триває у всіх сферах діяльності. Ринкові умови загострюють конкуренцію між різними видами транспорту, перш за все, між залізничним і автомобільним (кількість перевезених пасажирів за січень-лютий 2013 р. автотранспортом – 542,2 млн. пас., залізничним – 64,3 млн. пас.). Відповідно повинні бути переглянуті пріоритети планових показників роботи залізниць. Основними повинні стати такі показники, як:

- обсяг прибутку, рівень рентабельності, норма прибутку, що передбачає використання в діяльності транспортних підприємств комерційного розрахунку;
- продуктивність праці;
- рівень якості обслуговування;
- обсяги невивезених вантажів, у тому числі обсяги нераціональних перевезень;
- кількість не обслугованих пасажирів;
- число клієнтів, незадоволених транспортним обслуговуванням;
- рівні безпеки і збереження вантажів тощо.

Для успішної реалізації цих показників необхідно налагоджувати роботу служб маркетингу. Реформування галузі вимагає розвитку маркетингу на залізничному транспорті не тільки щодо вдосконалення методів, технології роботи на транспортному ринку, але і для

розробки практичних інструментів (інформаційно-аналітичних, експертних систем). У зв'язку з цим актуальними стають інформаційні та дослідницькі завдання маркетингу, до розробки яких необхідно залучати вчених транспортних вузів України, висококваліфікованих практиків-залізничників, студентів. Так, для Південної залізниці доцільним є залучення студентів спеціальності «маркетинг» Української державної академії залізничного транспорту (м. Харків) для проведення маркетингових досліджень стосовно роботи транспорту.

До першорядних завдань, які повинні виконуватися службою маркетингу слід віднести такі, як:

- оцінка «вагомості споживачів послуг» на ринку перевезень;
- формування поточної моделі маркетингу транспортних послуг у вигляді схеми товарно-грошових відносин споживачів галузі;
- аналіз зовнішніх, внутрішніх факторів і ступінь їхнього впливу на обсяги перевезень;
- формування комплексної маркетингової прогнозу моделі (моделі попиту на залізничні перевезення в різних сегментах економіки);
- встановлення (необов'язково затвердження) цін на продукцію силами служби маркетингу;
- розробка рекомендацій за обсягами виробництва, на підставі прогнозу по збуту;
- постійне вдосконалення продукції, оновлення і розширення асортименту;
- інвестиції в маркетингові дослідження ринку;
- розробка заходів як по залученню потенційних клієнтів, так і утриманню існуючих;
- робота над іміджем підприємства;
- підпорядкування маркетингової служби безпосередньо директору організації та ін.

Добре налагоджена робота маркетингових підрозділів – це реальна основа збільшення обсягів перевезень і особливо пасажирських. Створені маркетинговими підрозділами залізниць злагоджені механізми транспортного виробництва, продаж транспортних послуг дозволяє їм забезпечити отримання гарантованих позитивних економічних і фінансових результатів і зберігати лідируюче положення на транспортному ринку. Безсумнівно, у цьому повинні брати участь всі структури транспортного виробництва, а не тільки маркетингові.

Влияние коллективно-договорного регулирования социально-трудовых отношений на качество трудовой жизни работников железнодорожного транспорта Украины	29
<i>Гнатюк А. Г., Совет профсоюза железнодорожников и транспортных строителей Украины</i>	
Організація проведення експертної оцінки соціального самопочуття робітників на підприємствах залізничного транспорту	31
<i>Гребенюк Г. М., ДНУЗТ</i>	
Соціально-економічна сегментація ринка пасажироперевезень	33
<i>Гудкова В. П., ДЕТУТ</i>	
Методичні підходи до оцінки організаційно-технічного рівня підприємства.....	35
<i>Дейнека О. Г., УкрДАЗТ</i>	
Удосконалення системи мотивації та оплати праці на залізничному транспорті України	36
<i>Дорошенко Е. В., Гненний М. В., ДНУЗТ</i>	
Определение расходов на ремонты вагонов в технико-экономических расчётах.....	37
<i>Железняков А. Д., Васильев С. М., БелГУТ</i>	
Розробка заходів по зниженню собівартості поточного ремонту колії.....	38
<i>Задорожна О. М., ДНУЗТ</i>	
Щодо питання розвитку залізничних та мультимодальних вантажних перевезень	40
<i>Задоя В. О., ДНУЗТ</i>	
Дослідження теоретичних основ економічної безпеки підприємств транспорту	42
<i>Зайцева І. Ю., УкрДАЗТ</i>	
Перспективы развития сети платных автодорог в Республике Беларусь.....	43
<i>Зеньчук Н. Ф., Гедрис С. М., БелГУТ</i>	
Застосування маркетингових принципів у роботі залізничного транспорту України.....	44
<i>Зоріна О. І., Антонова О. І., УкрДАЗТ</i>	
Визначення пріоритетних напрямів підвищення конкурентоспроможності пасажирських перевезень на залізничному транспорті.....	46
<i>Йолкін Д. Г., УкрДАЗТ</i>	
Логістичні методи управління ресурсами при ремонтах рухомого складу на промислових підприємствах.....	47
<i>Капіца М. І., Гненний М. В., ДНУЗТ, Привалова Л. В., ДДФА</i>	
Сучасний стан туристичної галузі АР Крим	48
<i>Кострюков Д. В., Клочко А. А., ДНУЗТ</i>	
Формування ефективної системи закупівель як засіб підвищення прибутковості діяльності	49
<i>Костюченко Л. В., НАУ</i>	
Сутність економічної ефективності та її роль у ринковій економіці	50
<i>Кравченко Х. В., ДНУЗТ</i>	
Правові аспекти реформування законодавства України про залізничні вантажні перевезення	51
<i>Курбатова Я. М., Головне управління справами Державної адміністрації залізничного транспорту України «Укрзалізниця»</i>	
Вплив кризових явищ в економіці України на показники діяльності залізничного транспорту	53
<i>Лоза С. П., ДонІЗТ</i>	
Місце управління вартістю в системі менеджменту	55
<i>Любохинець Л. М., ДІПТ</i>	
Економічна ефективність залізничних пасажирських перевезень.....	56
<i>Матусевич О. О., ДНУЗТ</i>	
Врахування впливу факторів в управлінні конкурентними перевагами підприємства залізничної галузі.....	58
<i>Мельник Т. С., Головне пасажирське управління Державної адміністрації залізничного транспорту України</i>	