

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ

Факультет «Економічний»

Кафедра «Маркетинг, комерційна діяльність та економічна теорія»

МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ
ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Пояснювальна записка і розрахунки
до дипломної роботи магістра

МРЕ.300.02.14.05

Розробив студент групи 216 - М – 323
спеціальності 075 «Маркетинг»
(роботу виконано самостійно,
відповідно до принципів академічної
добросесності)

Людмила ШИЛОВА

Керівник:
завідувачка кафедри, д-р. екон. наук,
професор

Олена ЗОРІНА

Рецензент:
доцент кафедри, канд. екон. наук,
Наталія КАМЕНЕВА

2025 р.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота на тему «Маркетингові дослідження ринку пасажирських перевезень» містить 85 сторінок, 9 таблиць, 5 рисунків і 1 додаток.

Актуальність теми є вкрай необхідною в умовах загостреної конкуренції між різними видами транспорту. Залізничний транспорт поступається лідерськими позиціями автомобільному транспорту на коротких дистанціях і авіаційному — на далеких перевезеннях. Водночас високий рівень вимог пасажирів щодо якості та швидкості обслуговування зумовлює необхідність постійного вдосконалення пропозиції компаній-перевізників.

У межах дослідження розглядаються ключові аспекти маркетингової діяльності на ринку пасажирських перевезень: аналіз конкурентного середовища, оцінка потреб і очікувань споживачів, формування та просування відповідного комплексу послуг.

Отримані результати можуть бути застосовані в діяльності транспортних компаній, які прагнуть збільшити свою частку ринку, оптимізувати маркетингову стратегію та задовольнити зростаючі потреби пасажирів у комфортних, безпечних і вигідних перевезеннях.

Метою є розробка практичних рекомендацій, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності залізничних перевезень шляхом адаптації тарифної політики, поліпшення сервісу та використання сучасних каналів комунікації.

Об'єктом є АТ «Українська залізниця».

Предметом є аналіз пасажирських перевезень, зокрема в галузі пасажирських перевезень АТ «Українська залізниця».

Ключові слова: маркетингові дослідження, пасажирські перевезення конкурентоспроможність, ринкове середовище, SWOT-аналіз, маркетинговий аналіз, послуга,.

ABSTRACT

The qualification work on the topic “Improving the marketing activities of the enterprise” contains 81 pages, 13 tables, 7 figures and 1 appendix.

The relevance of the topic is focused on the study and analysis of modern marketing strategies and tools that contribute to increasing competitiveness, strengthening the image and expanding the market position of the enterprise. The paper discusses theoretical and methodological approaches to identifying target markets, forming marketing complexes and implementing innovative solutions to meet consumer needs.

The main attention is paid to the development of practical recommendations for optimizing marketing activities, in particular, improving product, pricing, sales and communication policies. The analysis of current market trends makes it possible to identify areas for the effective use of digital technologies, Internet marketing tools and online sales to attract new customers and maintain the loyalty of existing ones.

The purpose of the article is to develop theoretical, methodological and practical recommendations for improving the efficiency of marketing activities of an enterprise in the context of an increasingly competitive environment and rapid market changes.

The object is the marketing activity of the enterprise aimed at forming competitive advantages and improving interaction with consumers.

The subject is approaches, methods and tools for improving marketing activities, in particular, optimization of product, pricing, sales and communication policies, taking into account modern digital technologies and the dynamics of the market environment.

Keywords: improvement of marketing activities, competitiveness, market environment, marketing strategies, digital technologies, product policy, pricing policy, sales policy, communication policy, innovations, marketing research.

Зміст

Вступ	5
1 Теоретичні основи маркетингу пасажирських перевезень	8
1.1 Сутність маркетингу на транспорті	8
1.2 Сутність маркетингових досліджень	12
1.3 Транспортна послуга в області пасажирських перевезень	19
1.4 Світові моделі функціонування залізничного транспорту	22
1.5 Реформування залізничного транспорту України	28
2 Аналіз діяльності транспортної галузі в частці пасажирських перевезень	31
2.1 Аналіз обсягових показників пасажирських перевезень за видами транспорту	31
2.2 Маркетингові дослідження ринку пасажирських перевезень на прикладі Південної залізниці	34
2.2.1 Маркетинг пасажирських перевезень	34
2.2.2 Swot-аналіз пасажирських перевезень	39
3 Шляхи підвищення обсягів пасажирських перевезень залізничним транспортом	45
3.1 Маркетинг пасажирських перевезень	45
3.2 Впровадження додаткових послуг для пасажирів	48
Список використаних джерел	55
Висновки	59
Додаток А	63

					МРЕ.300.01.14.05						
<i>Зм..</i>	<i>Арк.</i>	<i>№ докум.</i>	<i>Підпис</i>	<i>Дата</i>	Маркетингові дослідження ринку пасажирських перевезень			<i>Літ.</i>	<i>Аркуш</i>	<i>Аркушів</i>	
<i>Розробив</i>		<i>Шилова Л.В.</i>								4	70
<i>Перевіриє</i>		<i>Зоріна О.І.</i>									
<i>Реценз.</i>		<i>Каменева Н.М.</i>									
<i>Н. контр.</i>		<i>Мкртичьян О.М.</i>									
<i>Затверд.</i>		<i>Зоріна О.І.</i>									
					УкрДУЗТ Кафедра «Маркетинг, комерційна діяльність та економічна теорія»						

Список використаних джерел

- 1 Концепція Державної програми реформування залізничного транспорту в Україні: розпорядження Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2006 р. №651-р: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.uz.gov.ua](http://www.uz.gov.ua)
- 2 Зоріна О.І. Маркетинг транспортних послуг : навчальний посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, І. В. Волохова та ін.; за ред. О. І. Зоріної. – Харків : УкрДУЗТ, 2018. – 307 с.
- 3 Маркетингова діяльність на залізничному транспорті: Навч. посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, А. О. Дергоусова та ін. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 266 с
- 4 Верлока, В.С. Маркетинг на залізничному транспорті: шляхи розвитку та проблеми [Текст] / В.С. Верлока // Вагонный парк. – 2009. – № 2-3. – С. 40-41.
- 5 Зоріна О. І., Нескуба Т. В., Мкртичян О. М. Маркетингоекономічний аналіз: Конспект лекцій. – Харків: УкрДУЗТ, 2021. – 65 с.,
- 6 . Боровська, О.Г. Управління якістю транспортних послуг [Текст]: навч. посібник / О.Г. Боровська, О.І. Зоріна, О.В. Сиволовська; Українська державна академія залізничного транспорту. – Х.: УкрДАЗТ, 2012. – 166 с.
- 7 **Бутинець, Ф.Ф. Економічний аналіз. Практикум [Текст]: навч. посібник для студентів вузів / Ф.Ф. Бутинець, Є.В. Мних, О.В. Олійник. – Житомир: ЖІТІ, 2000. – 416 с.**
- 8 Визначення аналізу господарської діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Аналіз_господарської_діяльності
- 9 Галабурда В.Г. Маркетинг на транспорті. Навчальний посібник [Текст] / В.Г. Галабурда. – М.: МІПТ, 1992. – 245 с.
- 10 Вовчак А.В. Маркетингові дослідження: Навч.-метод. посібник для сам. вивч. дисц. – К. : КНЕУ, 2001. – 215 с.
- 11 Маркетинг: бакалаврський курс: Навчальний посібник / За загальною редакцією д.е.н., проф. С. М. Ілляшенка. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2004. – 896 с.
- 12 Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – Київ: Лібра, 2008.- 729 с.

13 Герасимчук В.Г. Маркетинг: теорія і практика : Навч. посібник / За ред. Павленка А.Ф. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 1998.

14 Маркетинг [Текст] : Навч. посіб. – К.: Знання, 2007. – 325. (Вища освіта ХХІ століття).

15 Маркетинг: основи теорії і практики: Навчальний посібник. 3-тє видання, доповнене і виправлене / За загальною редакцією Липчука В.В. – Львів: “Новий Світ – 2000”. – 2004. – 288 с.

16 Старостіна А.О. Маркетингові дослідження національних і міжнародних ринків. – К., 2012. – 479 с.

17 Маркетингові дослідження: навч. посіб. / Безугла Л.С., Ільченко Т.В., Юрченко Н.І. та ін.. – Дніпро: Видавець Біла К.О., 2019. - 300 с.

18 Полторак В.А., Тараненко І.В., Красовська О.Ю. Маркетингові дослідження: навч. посібник – К. : Центр навчальної літератури, 2014. – 342 с.

19 Решетілова Т.Б., Довгаль С.М. Маркетингові дослідження: підручник : [Електронний ресурс] Електрон. текст. дані. Дніпропетровськ : НГУ, 2015. 357 с.
URL : <http://nmu.org.ua>

20 Косенков С.І. Маркетингові дослідження [Текст] / С.І. Косенков. – К.:Скарби, 2004. – 464 с.

21 Кошкалда І.В. Маркетингові дослідження [Текст]: навч. посібник / І.В. Кошкалда. – Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Х.: ХНАУ, 2007. – 158 с.

22 ДОВІДНИК ОСНОВНИХ ПОКАЗНИКІВ РОБОТИ РЕГІОНАЛЬНИХ ФІЛІЙ АТ "УКРАЇНСЬКА ЗАЛІЗНИЦЯ" (2005-2020 роки) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://бизнес-учебники.рф/book-marketing/marketing-sfere-transportnyih.html>

23 Маркетинг на транспорті [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://stud24.ru/marketing/osobennosti-marketinga-na-zheleznodorozhnom-transporte/372077-1175922-page5.html>

24 Мельник Т.С. Маркетингові дослідження ринку пасажирських перевезень у 2011 році [Текст] / Т.С. Мельник // Вагонний парк. – № 4 (61) 2012.– С. 31 – 39.

25 Основи економічного і соціального прогнозування [Текст]: навч. посібник / Є.І. Балака, Л.А. Балака, М.І. Главчев, О.І. Зоріна; Харківська державна академія залізничного транспорту. – Х.: ХарДАЗТ, 2001. – 78 с.

26 Основні обсягові показники роботи пасажирських перевезень [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

27 Пасажирообіг за видами транспорту [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

28 Південна залізниця [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://znaimo.com.ua/>

29 Національна транспортна стратегія України до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступа: https://mtu.gov.ua/files/strategy_ukr.pdf

30 Реформування залізниць України [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://pz.gov.ua/news/razvorot.php?mid=100161&lid=2&id=3507>

31 Сутність маркетингових досліджень [Електронний ресурс] – Режим доступа: <https://sites.google.com/site/marketingdistance/tema-2/1-sutnist-struktura-j-osnovni-napramki-marketingovih-doslidzen>

32 Теоретичні основи аналізу господарської діяльності [Електронний ресурс] – Режим доступа: http://pidruchniki.ws/1821100141312/ekonomika/znachennya_zavdannya_metodichniy_instrumentariy_ekonomichnogo_analizu_gospodarskoyi_diyalnosti

33 Маркетинг транспортних послуг: навчальний посібник / О. І. Зоріна, В. А. Волохов, І. В. Волохова та ін.; за ред. О. І. Зоріної. – Харків: УкрДУЗТ, 2018. – 305 с. [Електронний ресурс] – Режим доступа: <http://lib.kart.edu.ua/bitstream/123456789/2443/1/%d0%9d%d0%9f.pdf>

34 Зоріна, О. І. Досвід реформування залізничного транспорту в провідних країнах світу [Текст] / О. І. Зоріна, О. М. Мкртичян // Вісник Харк. нац. аграр. ун-ту ім. В. В. Докучаєва. Сер. Економічні науки. – Харків: ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, 2013. – № 8. – С. 18 – 27.

35 Вачевський М. В., Скотний В. Г. Маркетинг у сфері транспортних послуг: навч. посіб. Київ: ЦНЛ, 2011. 232 с.

- 36 Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник. Київ: Лібра, 2007. 712 с.
- 37 Майдебура Е. В. Маркетинг транспортних послуг. Київ: Віра – р, 2011. 574 с.
- 38 Мальченко В. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 360 с.
- 39 Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, О. А. Виноградов та ін; ред.-упоряд. Сидоренко О. І., Редько П. С. Вид.1-ше укр. Київ: НМЦ Консорціум із удоскон. менеджментосвіти в Україні, 2005. 422 с.
- 40 Ткаченко В. А. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: ЦУЛ, 2014. 244 с.
- 41 Шканова О. М. Маркетинг послуг: навч. посіб. Київ: Кондор. 2012. 220 с.
- 42 Борисенко М. А., Гронь О. А., Щетинін В. М. Промисловий маркетинг. Харків: Вид. ХНЕУ, 2010. 292 с.
- 43 Конституція України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. Офіційний вісник України. 2010. № 72/1. С. 15.
- 44 Косенков С. І. Маркетингові дослідження. Київ: Скарби, 2011. 464 с.
- 45 Лук'янець Т. І. Маркетингова політика комунікацій: навч. посіб. Київ: КНТЕУ, 2011. 380 с.
- 46 Павленко А. Ф., Войчак А. В. Маркетинг: підручник. Київ: КНЕУ, 2009. 246 с.