

$$K_3 = O_i / O_{\max},$$

где  $O_i$  – рейтинг (оценка)  $i$ -го перевозчика или  $i$ -й схемы доставки на определенное направление;  $O_{\max}$  – максимально возможное значение рейтинга (оценки)  $i$ -го перевозчика или  $i$ -й схемы доставки на определенное направление.

Значение критерия, определенное на основе стоимостного метода, характеризующее изменение провозных платежей (тарифов и сборов), выражается соотношением

$$K_0^T = 1 - \Delta\Pi_i / \Delta\Pi_{\max},$$

где  $\Delta\Pi_i$  – изменение провозных платежей при применении  $i$ -й схемы доставки;  $\Delta\Pi_{\max}$  – максимально возможное изменение провозных платежей при применении  $i$ -й транспортно-логистической схемы доставки. [4, с.54]

Вопросы определения качества транспортного обслуживания населения являются очень важными и сложными. Информация о качестве транспортных услуг должна тщательно изучаться и анализироваться для улучшения транспортного обслуживания на основании накопленного опыта и пожеланий клиентов. При оценке качества транспортного обслуживания целесообразно пользоваться комплексным, интегрированным показателем качества, учитывающим различные факторы сервисного обслуживания пассажиров.

### Список использованных источников:

1. Пассажирыские автомобильные перевозки / В.А. Гудков [и др.] ; под ред. В.А. Гудкова. – М. : Горячая линия, 2004. – 446 с.
2. Спирин, И.В. Организация и управление пассажирскими автомобильными перевозками / И.В. Спирин. – 5-е изд., переработанное. – Москва : Академия, 2010. – 397 с.
3. Экономика пассажирского транспорта / В.А. Персианов [и др.] ; под ред. В.А. Персианова. – Москва : КноРус, 2012. – 389 с.
4. Оценка эффективности инвестиций и конкурентоспособности транспортно-логистической системы : учеб.-метод. пособие / И.А. Еловой, И.А. Лебедева ; М-во образования Респ. Беларусь, БелГУТ. – Гомель : БелГУТ, 2009. – 99 с.

УДК 339.138:656

### ЗАСТОСУВАННЯ ПРИНЦИПІВ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РЕФОРМУВАННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ

*Зоріна О.І., д.е.н., професор,  
Гончаренко Д.С., аспірант (УкрДУЗТ)*

Галузь залізничного транспорту України переживає зараз нелегкий процес реформування.

Щоб уникнути зайвих помилок доцільним буде вивчення та використання зарубіжного досвіду.

Для країн Європейського Союзу характерним є використання автомобільного транспорту у сфері вантажних перевезень і особистого автомобільного транспорту для пасажирських перевезень. Тому, наприкінці ХХ ст. залізничні адміністрації багатьох європейських країн створили всі умови для впровадження маркетингу в свою діяльність з метою підвищення конкурентоспроможності своїх послуг.

Для країн Східної Європи та Китаю притаманна висока питома вага саме залізничного транспорту в обсягах пасажиро- та вантажообігу. Зокрема, для вантажних перевезень це викликано спрямованістю на підприємства, що займаються машинобудуванням, видобуванням корисних копалин та виробництвом такої продукції, яку доцільно транспортувати саме залізничним транспортом. Достатньо розвинена залізнична мережа та велика площа таких країн зумовлюють значні обсяги перевезень пасажирів саме цим видом транспорту.

В галузі вантажних перевезень після Другої Світової війни почали інтенсивно розвиватися змішані (інтермодальні) перевезення. Особливо помітне їх зростання в міжнародному змішаному сполученні. В деяких країнах Західної Європи змішані перевезення займають значну питому вагу в загальному обсязі перевезень, наприклад в Німеччині – 20%, у Франції – 25%, в Італії 30%.

Отже, на початковому етапі реформування важливо визначитись, який саме вигляд матиме українська галузь залізничного транспорту і яку країну варто обрати в якості зразка. Наступним кроком повинно стати визначення стратегії розвитку галузі, у реалізації якої і зможуть допомогти принципи маркетингу.

Можна обрати один з декількох шляхів реформування галузі. У Великобританії, наприклад, залізнична галузь країни повністю приватизована і складається з приватних власників інфраструктури, приватних операторів, приватних постачальників та приватних компаній, що здійснюють різного роду сервіс. Окремі оператори, використовуючи новітні технології та методи управління, змогли досягти значного збільшення обсягів перевезень на своїх маршрутах.

У Німеччині зараз існує дві компанії з пасажирських перевезень: далекого сполучення та регіонально-місцевого сполучення. У вантажних перевезеннях застосовуються інтермодальні перевезення та відбувається кооперація із сусідніми державами.

Національне товариство залізниць Франції використовує стратегію диверсифікації: вкладає кошти в створення власних пасажирських автомобільних компаній та є власником акцій

компанії, що здійснює міські та міжміські автобусні перевезення, створює мережу філіалів з організації морських перевезень з Англією та Корсикою, з комбінованих та туристичних перевезень, має частки в компаніях, що здійснюють залізничні пасажирські перевезення в інших європейських країнах, в об'єднанні із швейцарською лізинговою компанією здає в оренду вантажні вагони.

Кожна країна має свої особливості і по різному здійснювала реформування своєї транспортної галузі, проте їх усіх поєднує застосування принципів маркетингу. Саме маркетингові служби приймають участь у формуванні стратегії розвитку підприємства, розробляють тарифну політику та систему знижок, займаються дослідженням вподобань споживачів, пропонуючи зручний графік руху поїздів та додаткові послуги, формують імідж компанії та допомагають налагоджувати відносини між різними підприємствами транспорту для успішної кооперації їх діяльності.

Виходячи зі світового досвіду реформування залізничної галузі актуальним є застосування маркетингових принципів для її подальшого розвитку та забезпечення конкурентоспроможності на ринку транспортних послуг.

УДК 338.5:656.611.2

### ТРАНСПОРТНА ІНФРАСТРУКТУРА В СИСТЕМІ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

*Кібік О.М., д.е.н., професор (НУ «ОЮА»)*

Інституціональні чинники є визначальними в процесі реалізації державної економічної політики, зокрема в сфері експортної діяльності. Ці чинники з одного боку можуть сприяти, з іншого – стримувати розвиток експортного потенціалу як передумови розвитку держави за умови його регулювання засобами грошово-кредитної політики. Експорт українських товарів є передумовою для забезпечення економічної стабільності, реформування економіки та підвищення рівня добробуту суспільства. На даний момент обсяги та структура українських експортних операцій не є оптимальними внаслідок наявності низки правових, економічних, управлінських та інших проблем, які необхідно вирішувати на підставі реалізації комплексу організаційно-правових заходів. Для цього необхідно реалізувати заходи з підвищення

ефективності експортних операцій промислових підприємств, розвитку транзитного потенціалу та реалізації економічних відносин на інвестиційно-інноваційній основі, сприяння розвитку в Україні підприємств зі значним експортним потенціалом, якими є більшість підприємств морського, залізничного та інших видів транспорту. Інституційні чинники значною мірою обумовлюють результати розвитку різних елементів інфраструктури.

Інфраструктурний потенціал відіграє роль ланцюжка, який пов'язує складові експортного потенціалу країни, включаючи прямі та зворотні зв'язки між всіма учасниками процесів виробництва і реалізації продукції. В сфері інфраструктурного забезпечення реалізації експортного потенціалу України існують проблеми оптимізації транспортних потоків, покращення взаємодії підприємств різних видів транспорту, пошуку більш дешевих і перспективних видів та способів транспортування, що дозволить забезпечити скорочення транспортних витрат на одиницю експортної продукції, зниження енерговитрат та гарантувати захист довкілля.

Основними видами вантажів, які спрямовуються на експорт, є зернові вантажі, металопродукція, хімічні добрива, які переважно перевозяться залізничним та морським транспортом. В цей час потужності транспортних підприємств України не можуть на відповідному якісному та кількісному рівнях забезпечити потреби обслуговування експортних вантажопотоків. Наприклад, не всі українські порти здатні приймати та забезпечувати швидку обробку торговельних суден тоннажністю понад 100 тис. тонн, які є найбільш рентабельними для перевезення продукції гірничо-металургійного комплексу. Причинами є недостатні глибини, високий рівень фізичного та морального зносу обладнання, тривалі контрольні процедури тощо.

Належна реалізація можливостей розвитку експортної активності України обумовлює необхідність розробки та швидкого впровадження державних програм оновлення основних засобів різних видів транспорту, поліпшення якісних і кількісних параметрів транспортної мережі, підвищення технічних, технологічних, екологічних вимог та вимог безпеки до вітчизняного транспорту, створення економіко-правових передумов для залучення коштів національних та іноземних інвесторів в транспортну систему, у тому числі на засадах державно-приватного партнерства. Для реалізації зазначених заходів необхідним є подальший розвиток вітчизняного транспортного законодавства з врахуванням необхідності його адаптації до транспортного законодавства ЄС, гармонізації нормативно-правової бази з відповідними міжнародно-правовими нормами та вимогами СОТ.