

**УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ**

АКСЬОНОВ ІВАН МИХАЙЛОВИЧ

УДК 656.224.2.025.2

**СТВОРЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ
ПАСАЖИРСЬКИМ КОМПЛЕКСОМ ЗАЛІЗНИЧНОГО
ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ**

08.00.03 – економіка та управління національним господарством

Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Харків – 2008

Дисертацією є рукопис

Робота виконана в Дніпропетровському національному університеті залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна Міністерства транспорту та зв'язку України

Науковий консультант – доктор економічних наук, професор
Кулаєв Юрій Федорович, Національний авіаційний університет, професор кафедри економіки;

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Позднякова Любов Олексіївна, Українська державна академія залізничного транспорту, завідувач кафедри економіки залізничного транспорту;

доктор економічних наук, старший науковий співробітник
Пащенко Юрій Євгенович, Рада по вивченню продуктивних сил України НАН України, завідувач відділу проблем розвитку транспорту і зв'язку;

доктор економічних наук, професор
Галабурда Віктор Геннадійович, Московський державний університет шляхів сполучення, професор кафедри економіки і управління на транспорті.

Захист відбудеться “17” жовтня 2008 р. о 13:00 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д. 64.820.05 Української державної академії залізничного транспорту за адресою: м. Харків, майдан Фейєрбаха, 7, ауд. 3.501.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Української державної академії залізничного транспорту за адресою: 61050, м. Харків, майдан Фейєрбаха, 7, ауд. 2.209.

Атореферат розісланий “15” вересня 2008 р.

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження пояснюється наступним: за роки незалежності в Україні через зниження життєвого рівня, загальну економічну нестабільність, галоповану інфляцію, митні і візові бар'єри зменшилась транспортна рухливість населення. Все це призвело до погіршення основних кількісних та якісних показників пасажирського комплексу залізничного транспорту України. Щорічне зростання витрат від пасажирських перевезень значно перевищує зростання доходів. Тому ці перевезення є особливо збитковою сферою діяльності і дуже впливають на кризовий фінансовий стан у галузі. Темпи оновлення і поповнення основних фондів зменшились більш ніж в 10 разів, а їх знос досяг більш 80 %. Для України створилася загроза економічної безпеки.

Здобувачем проаналізовано наукові розробки та роботи, які виконані з 1996 р. відносно економіки даної сфери діяльності російськими та українськими вченими (В.Л. Білозьоровим, О.Ф. Мірошніченко, М.Г. Артем'євим, В.В. Степовим, О.Г. Теплухіной, Н.І. Шиповської, М.В. Андрєєвой, Є.І. Балакой, В.П. Гудковой, О.В. Громовой, С.О. Погасій та інш.). Результати аналізу свідчать про те, що їхні дослідження виконувалися по окремих проблемах пасажирського комплексу. Формування багатогранного економічного маркетинго-логістичного механізму управління комплексом, не розглядалось і глибоко не досліджувалося. Однак досвід зарубіжних залізниць показує, що в умовах жорсткої конкуренції на ринку перевезень економічний успіх забезпечує комплексне впровадження маркетингу і логістики.

Окрім робіт вище означених вчених та опублікованих праць автора, досліджувалися теоретичні і методологічні положення, які висловлені в наукових працях провідних вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів і практиків в області економіки, маркетингу і логістики, управління транспортними системами, у тому числі з проблем управління залізничним транспортом і пасажирськими перевезеннями: О.П. Абрамова, І.В. Белова, Н.І. Бещевої, А. А. Босова, С.Ю. Вітте, В.Г. Галабурди, В.Л. Диканя, О.Г. Захарова, О.С. Ігнатенка, М.П. Іхненка, О.В. Крейніна, Ю.Ф. Кулаєва, Л.О. Мазо, Д.О. Мачерета, Л.Б. Міротіна, В.О. Персіанова, Л.О. Поздняковой, Н.О. Потапович, Ю.Є. Пашенко, А.О. Сміхова, Н.Г. Сміхової, М.М. Толкачевої, М.Ф. Тріхункова, Е.Д. Ханукова, Т.З. Хачатурова, Р.М. Царева, В.Л. Шатаєва та ін. Результати аналізу показали, що чимало проблем пасажирського залізничного комплексу потребують наукового вирішення.

Вище наведене вказує на те, що пасажирському залізничному комплексу необхідна допомога науки щодо розробки діючих науково-обґрунтованих мір, які направлені на підвищення економічної ефективності його роботи. Особливу актуальність, у зв'язку з визнанням України як держави з ринковою економікою, її інтеграцією в світовий ринок та реформуванням залізничного транспорту, набула надзвичайно вагоме завдання для економіки України і залізничної галузі –

створення нового економічного механізму управління комплексом.

Зв'язок теми з науковими програмами, планами, темами. Тема і напрямки досліджування обрані самостійно. Однак, вони ув'язуються з положеннями Закону України «Про комплексну програму укріплення України як транзитної держави в 2002–2010 рр.», Указу Президента України від 20.04.2000 р. № 603/2000 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 11.04. 2000 р. «Про стан залізничного транспорту України і заходи щодо забезпечення його ефективного функціонування», Указу Президента України від 11.06.98. № 615/98 «Про затвердження Стратегії інтеграції України до ЄС» та ін.

Досліджування пов'язані з науковими темами Дніпропетровського національного технічного університету залізничного транспорту ім. академіка В. Лазаряна. Їх результати були використані при виконанні важливих науково-дослідних робіт з наступних тем: «Розробка техніко-економічного обґрунтування та програми реформування пасажирського господарства» – реєстраційний № ДЕ 0103U007780 (особистий внесок – Виконання 1-го розділу) та «Розробка концепції пасажирського руху на залізницях України в 2008–2015 рр.». (договір 74/07 ЦТЕХ, 807/07 ЦЮ від 01.06.07 – ДЕ 0107U10378. Особистий внесок: вирішення проблеми і мети, обґрунтування напрямків та прогнозованих даних.

Мета і задача дослідження – з теоретичної, методологічної і практичної точок зору оцінити існуючий економічний механізм управління пасажирським залізничним комплексом України і, з урахуванням результатів, розробити теоретично-методологічні і методичні основи створення нового економічного механізму управління даним комплексом.

Для досягнення поставленої мети у рамках дисертації з наукових позицій необхідно було вирішити наступні задачі:

- проаналізувати динаміку кількісних і якісних показників пасажирського залізничного комплексу, його матеріально-технічні та фінансові ресурси і визначити основні причини, що зумовили зміну показників діяльності комплексу і проблеми, які потребують негайного вирішення, а також структури управління і хід реструктуризації, що провадиться на об'єктах комплексу, економічні операції процесу в комплексі, раціональне виконання яких визначає рівень доходів, а саме: квитково-касові, тарифної і цінової політики, вибору композиції складів пасажирських поїздів та її оперативне регулювання, крім того, механізм взаємовідносин між суб'єктами ринку, стратегії діяльності комплексу і рівні стандартів обслуговування пасажирів.

На основі результатів аналізу:

- теоретичних позицій обґрунтувати можливість застосування у пасажирському залізничному комплексі як маркетингу, так і логістики та на основі наукових положень цих концепцій створити новий економічний механізм управління даним комплексом;

- сформулювати поняття «маркетингова логістика» і «маркетинго-логістичний

економічний механізм управління пасажирським комплексом»;

- розробити маркетинго-логістичні принципи організації підприємництва і бізнесу у пасажирському комплексі та механізм правових бізнес-відношень між залізницями, урядом і держадміністраціями регіонів в умовах удосконалення ринкових відносин;

- класифікувати послуги пасажирського комплексу і розробити маркетинго-логістичні підходи щодо управління сервісом у сфері пасажирських перевезень, запропонувати нові критерії оцінки рівня стандартів обслуговування пасажирів та рівня стандартів послуг, які надаються;

- удосконалити маркетингові підходи і принципи щодо тарифної і цінової політики у пасажирському залізничному комплексі України у сучасних ринкових умовах та принципи вибору оптимальної стратегії підвищення конкурентоспроможності його послуг;

- з врахуванням умов роботи залізниць України і аналізу результатів щодо ефективності курсування пасажирських поїздів, розробити математичну модель оптимальної пасажироємності і маркетингові підходи щодо управління економікою поїздів та економікою пасажирського комплексу у цілому.

Об'єкт дослідження – процес виробничої діяльності пасажирського комплексу залізничного транспорту України.

Предмет дослідження – економічний механізм управління пасажирським залізничним комплексом України.

Методи дослідження. Теоретичною і методологічною основою при виконанні дисертації були наукові розробки і праці вище названих та інших ведучих вчених в області економіки, маркетингу і логістики, управління транспортними системами, в тому числі до проблем управління залізничним транспортом і перевезеннями.

Для досягнення мети і вирішення задач використовувалися наступні методи:

- при дослідженні техніко-економічного стану і розвитку пасажирського комплексу: системний аналіз та елементи статистичного і фінансово-економічного видів аналізу;

- при дослідженні економічного механізму управління пасажирським залізничним комплексом України і розробки організаційно-методичних підходів щодо реструктуризації, взаємовідносин залізниць з урядом, держадміністраціями регіонів і споживачами транспортних послуг, створенні нового економічного механізму управління, маркетинго-логістичного підходу до управління і принципів управління сервісом, розв'язанні задач розвитку системи стандартів обслуговування пасажирів і показників їх економічної ефективності, підходів щодо вибору маркетинго-логістичних конкурентних стратегій управління пасажирським комплексом і принципів їх вибору – системний і порівняльно-економічний аналіз, а також логічне і економіко-математичне модулювання,;

- при рішенні задач щодо розробки моделі пасажироємності складів пасажирських поїздів і управління їх економікою – теорія масового обслуговування,

оптимізація похідної.

Наукова новизна дисертаційної роботи полягає у тому, що на основі аналізу результатів виробничо-господарської діяльності пасажирського залізничного комплексу України, використання сучасних теорії і методології економічної науки розроблено і визначено, тобто створено новий економічний маркетинго-логістичний механізм управління названим комплексом – системне з'єднання маркетингу і логістики у сфері пасажирських перевезень, який дозволяє вивчати ринок перевезень, знаходити баланс інтересів і узгоджених дій між споживачами транспортних послуг і різними структурними підрозділами пасажирського комплексу (вагонними дільницями, вокзалами, станціями та ін.), тобто між всіма суб'єктами, які організують і здійснюють обслуговування пасажирів з метою одержання оптимального прибутку при найменших витратах. Цій механізм і виноситься до захисту.

До нових наукових рішень, які обґрунтовано, розроблено і запропоновано відносяться наступні:

вперше:

- теоретично обґрунтовано можливість застосування у вітчизняному залізничному пасажирському комплексі як маркетингу, так і логістики;
- сформульовано і теоретично обґрунтовані наукові поняття: «маркетингова логістика» у пасажирському комплексі та економічний «маркетинго-логістичний механізм» управління пасажирським залізничним комплексом. Ці поняття є новими категоріями, яким притаманні головні функції, форми і методи використання, які сприяють розвитку і посиленню ролі даного механізму;
- розроблено теоретико-методологічні принципи та підходи щодо формування нового маркетинго-логістичного механізму управління пасажирським залізничним комплексом;
- теоретично обґрунтовано і розроблено маркетинго-логістичний механізм і принципи управління сервісом у пасажирському залізничному комплексі, які забезпечують орієнтування на економічні сигнали пасажирів, своєчасний відгук на них, гнучке управління цінами на послуги та дозволяють покращити рівень стандартів і урізноманітнювати асортимент послуг, а взагалі – забезпечити успіх в господарській діяльності;
- розроблено математичну модель оптимальної пасажироємності, впровадження якої одночасно з маркетинго-логістичними принципами вибору оптимальної композиції складів пасажирських поїздів дозволяє оперативно управляти їх економікою з урахуванням купувальної спроможності населення, а по суті – управляти економікою пасажирського комплексу у цілому;
- розроблено моделі взаємозалежності маркетинго-логістичних операцій пасажирського комплексу, маркетинго-логістичної системи управління пасажиром та іншими потоками та модель управління композицією складів пасажирських поїздів. Їх застосування дає можливість управляти всіма потоками і логістичними об'єктами комплексу та забезпечує одержання максимального прибутку від

пасажирських перевезень і скороченню витрат на їх виконання;

- запропоновано і обґрунтовано необхідність створення у Головних пасажирських управліннях і пасажирських службах залізниць України маркетинго-логістичних центрів і розроблені їх функції.

вдосконалено:

- організаційно – методичні підходи щодо реструктуризації пасажирського комплексу на основі принципів маркетингу та логістики. Сутність цих підходів полягає у чіткому визначенні, на основі даних маркетингу, мети, змісту, критеріїв реалізації реструктуризації та економічного обґрунтування варіантів її впровадження, а також підходи щодо розробки стандартів ресурсосбіраючих технологій обслуговування пасажирів на основі логістики. Це дозволяє створити оптимальні структури, економічний механізм управління і технології, що забезпечує поєднання і організацію роботи підрозділів економічного та технологічного блоків комплексу по єдиному, взаємозалежному ланцюгу;

- принципи формування економічного та правового механізмів взаємодії залізниць та їх бізнес відношень з урядом, держадміністраціями регіонів і споживачами, тобто сукупності економічних та організаційних стандартів, форм і методів взаємовідносин між залізницями, урядом і регіонами;

- методичні маркетингові підходи щодо розробки стратегії ціноутворення в пасажирському комплексі, які забезпечать гнучке управління цінами на транспортні послуги, вплив на рівень попиту і отримання сталого прибутку та ін.;

- маркетингові принципи формування стратегій управління конкурентоспро-можністю залізничних пасажирських перевезень та методика їх вибору, впровадження яких забезпечить пасажирським структурам здатність щодо адаптації і готовність до змін зовнішніх та внутрішніх факторів з метою досягнення оптимальних результатів в господарській діяльності розвитку у перспективі;

- маркетинго-логістичні принципи організації підприємництва і бізнесу на підприємствах пасажирського комплексу, які забезпечать підвищення ефективності результатів господарської діяльності комплексу і одержувати максимальний прибуток;

- маркетингові принципи управління композицією складів пасажирських поїздів в умовах роботи залізниць України.

одержали подальший розвиток:

- система квитково-касових операцій (бронювання і реалізації місць на пасажирські поїзди). Її впровадження дозволить не тільки удосконалити систему бронювання і реалізації міст на пасажирські поїзда, але і вирішити в Україні проблему задоволення попиту;

- поняття «стандарти обслуговування пасажирів» на вокзалах і в поїздах в умовах розвитку конкуренції на ринку перевезень і маркетингові підходи щодо підвищення їх рівня;

- поняття сервіс «в пасажирському комплексі» і критерії оцінки рівня

стандартів обслуговування пасажирів, які на відміну від існуючих дозволяють не тільки оцінювати роботу пасажирського комплексу з суто транспортної сторони, але і відображати більш об'єктивно оцінювати ступень рівня стандартів і задоволення потреб пасажирів;

Практична значущість дисертаційної роботи. Розробки, які наведено у дисертації, застосовуються Головним пасажирським управлінням Укрзалізниці та його структурними підрозділами. Зокрема, впровадження найбільш оптимального управління потоковими процесами, систематизації даних маркетингових досліджень, управління економікою пасажирських поїздів, маркетингові підходи щодо ціноутворення на послуги, вибору конкурентоспроможних стратегій та ін. Це дозволяє більше націлити діяльність пасажирського комплексу на споживача, орієнтувати її на економічні сигнали, своєчасно реагувати на них, приймати більш зважені, перспективні рішення, гнучко управляти цінами на послуги та витратами комплексу, знижувати останні на основі вибору оптимальної пасажиромісткості і композиції складів пасажирських поїздів відповідно купівельної спроможності різних верств населення. З'явилась можливість щодо адаптації і готовності структур комплексу до змін зовнішніх і внутрішніх умов, для досягнення оптимальних результатів в поточній господарській діяльності і в розвитку на довгострокову перспективу. Як наслідок, підвищилась ефективність підприємницької діяльності і господарювання пасажирського комплексу (у 2006 р. отримано 2483,94 млн грн доходів, у 2005 – 1984,7).

Матеріали дисертації впроваджуються в навчальному процесі ДНУЗТ и НАУ, використовуються вченими, аспірантами при написанні наукових праць та студентами – при виконанні дипломів і курсових робіт. Довідки і акти надаються.

Особистий внесок здобувача. Теоретичні і методологічні дослідження є самостійною роботою автора, яку виконано на основі урахування діючих теорій та методологій економічної науки та аналізу результатів виробничо-господарської діяльності пасажирського комплексу. В дисертаційній роботі висловлені суть ідей, наукові результати, теоретичні напрацювання і авторський підхід щодо практичної розробки та створення економічного механізму управління пасажирським залізничним комплексом України. Результати досліджень знайшли відображення в наукових працях, які опубліковано. Вони мають наукове і практичне значення для названого комплексу, економіки залізничної галузі та країни. З виконаних у співавторстві наукових робіт у дисертації використано тільки ті положення та ідеї, що є результатом розробок здобувача (зазначено у списку опублікованих робіт, що наведено нижче).

Апробація роботи. Основні положення дисертації доповідалися на наступних науково-практичних міжнародних конференціях: «Маркетинг і комерційна діяльність на транспорті», Москва, МПТ, 1993 р.; «Сучасні проблеми економіки і управління на залізничному транспорті», Москва, МПТ, 1999-2000 р.р.; «Проблеми економіки транспорту в умовах реструктуризації», Дніпропетровськ, ДПТ, 2001,

2002, 2003, 2005, 2006, 2007 рр.; «Проблеми і перспективи розвитку транспортних систем: техніка, технологія, економіка і управління», Київ, КУЕТТ 2003, 2004 та 2005 рр. та на 1 Міжнародної науково-практичної конференції «Наука в транспортному вимірі» 11–13 травня. 2006 р. м. Київ та науково-практичної конференції у 2007 р – у м. Судак.

Публікації. Основні ідеї, положення і результати дослідження опубліковані в 55 роботах (18 – у співавторстві), з них у виданнях, затверджених ВАК – 35, у трьох особисто підготовлених монографіях (46,9 обл. друк. арк.), одному посібнику, в 14 тезах конференцій та інших виданнях. Загальний обсяг публікацій складає 69,15 умов. друк. арк.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається із вступу, 6 розділів, списку джерел, які використано та додатків. Обсяг основного тексту 330 сторінок, у тому числі 18 таблиць, 45 рисунків (на окремих сторінках – 1 табл. та 14 рис.) та 7 додатків на 42 сторінках. Список джерел, які використано включає 224 найменування.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дисертації і проведених досліджень, показано особисті розробки автора, подано загальну характеристику проблем, визначені мета, задачі і методи дослідження, розкрито наукову новизну теми, теоретичне і практичне значення отриманих результатів, ступень і характер апробації.

У першому розділі «Техніко-економічні характеристики пасажирського комплексу залізничного транспорту України» з теоретичних позицій розглянуто поняття пасажирського комплексу залізничного транспорту, як єдиного елементу системи процесу перевезень. В даній системі визначені такі підсистеми: нічна, технологічна, інформаційно-управлінська, організаційна, економічна, трудова і соціально-правова.

Визначені також основні задачі комплексу, роль і значення, як базового в економічному розвитку економіки держави в умовах розвитку ринку.

Проаналізовано ситуацію, що склалася в пасажирському комплексі і динаміку основних об'ємних та якісних показників (табл. 1), а також стан рухомого складу та інфраструктури.

Детальне вивчення причин, що зумовили зниження прибутку від пасажирських перевезень дозволило до них віднести наступні: зниження рухливості населення, і як наслідок – обсягів перевезень, недосконалість механізму управління, випереджаючі темпи зростання цін на матеріальні ресурси, що споживаються залізницями, в порівнянні з темпами зростання тарифів на пасажирські перевезення; державне регулювання тарифів, низькі темпи зростання тарифів у порівнянні з тарифами на ті ж перевезення інших видів транспорту, не компенсування Урядом збитків за пільгові перевезення (компенсується тільки 41 % збитків), значний відсоток безкоштовного (до 60 %) проїзду в приміському сполученні (залізниці

щорічно втрачають понад 800 млн грн) та ін.

Таблиця 1

Динаміка основних показників залізничних пасажирських перевезень

Крім того, значущими факторами збитковості пасажирських перевезень є зношення рухомого складу і невчасне його оновлення, високі темпи зниження обсягів вантажних перевезень. Це призвело, до виникнення загрози економічній безпеці країни, до неякісного задоволення вимог пасажирів, що змінюються, і їх потреб в перевезеннях. В 2007 р. зношеність рухомого складу дорівнювалася 70–80 %.

На обсяги перевезень, доходи від них і збитковість впливає також нерозвиненість економічних механізмів стимулювання персоналу щодо мотивації ефективності праці і стимулювання споживачів, не зацікавленості робітників у впровадженні нових послуг і зниженні собівартості та ін.

Не зважаючи на можливість продавати проїзні документи безпосередньо пасажиру через АСУ «Експрес» у момент запиту, на залізницях України, як раніше, використовується застаріла технологія їх продажу. Тому, на відміну від зарубіжних залізниць, де проблема придбання проїзного документу розв'язана на 100 %, залізниці України дотепер попит пасажирів на придбання проїзних документів не задовольняють повною мірою. Все це знижує привабливість залізничного транспорту для споживачів і доходи.

Вищеназване свідчить про те, що діючий механізм управління пасажирським комплексом не вписується в динаміку транспортного ринку і залізничний транспорт втрачає долі на його сегментах.

Визначені основні напрямки реформування комплексу: впровадження новітніх структур і механізму управління, швидкісного руху, вдосконалення стратегії і політики ціноутворення, системи квитково-касових операцій, управління економікою пасажирських поїздів, удосконалення взаємовідносин залізниць з Урядом, регіонами та ін.

У другому розділі «Організація і управління економічною ефективністю пасажирського комплексу» на підставі аналізу, економічних механізмів і існуючих структур управління даним комплексом встановлено, що структура управління є громіздкою для сучасних умов господарювання, недосконалою і неефективною. Її докорінна зміна є найважливішою умовою в створенні нового економічного механізму управління комплексом. Запропоновано маркетингові підходи щодо реформування пасажирського комплексу і принципи реалізації.

Проаналізовано тарифну політику в пасажирській сфері діяльності вітчизняних і закордонних залізниць. З метою одержання оптимального прибутку пропонується впровадити на залізницях України маркетингові принципи регулювання тарифів. Їх розрахунок здійснювати на основі коефіцієнтів індексації, яки встановлені експериментально в результаті аналізу населеності поїздів по періодам року, а на окремі поїзди по періодам року та дням тижня і в залежності від розміщення

місце у вагонах (табл. 2).

Такий підхід по регулюванню тарифів надасть можливість залізницям отримати додатковий прибуток від перевезення пасажирів та підвищити рівень стандартів сервісу при обслуговуванні пасажирів.

Таблиця 2

Коефіцієнти гнучкого регулювання на всі поїзди по місяцям

На основі коефіцієнтів вартість проїзних документів для кожного типу вагона потрібно розраховувати за формулою:

$$B_k = B_c \times K_{\text{инд}},$$

де B_c – базова ставка проїзних документів відповідно таблиці вартості проїзду, $K_{\text{инд}}$ – коефіцієнт індексації. Внутрішнє сполучення – $K_{\text{инд}}$ при нормальному попиту = 1,50; в період його спаду – $K_{\text{инд}} = 0,90$.

Запропоновано маркетингові підходи щодо формування нового механізму взаємодії залізниць з Урядом і адміністраціями регіонів. Впровадити його необхідно на основі договорів, контрактів та домовленостей і наступних принципах:

- неможливість виконувати перевезення за ціною нижчою ніж собівартість;
- якщо Уряду, або регіонам потрібні пільгові, збиткові для залізниць перевезення, то вони є їх клієнтами і тому повинні обов'язково компенсувати збитки за такі перевезення.

Передбачено нові функції комплексу а саме: формування і підтримка іміджу, реагування на зовнішні погрози, підтримки взаємовідношень із громадою та владою. Їх впровадження поряд з іншими мірами дозволять залізницям розвивати і покращити систему стандартів обслуговування пасажирів, а в загалі ліквідувати збитковість пасажирських перевезень.

У третьому розділі «Теоретичне обґрунтування застосування логістики в пасажирському комплексі» на основі аналізу наукових теоретичних праць з логістики, розробок автора і досвіду зарубіжних залізниць, які працюють на ринку пасажирських перевезень в умовах жорсткої конкуренції з автомобільним і повітряним видами транспорту, показано можливість її застосування у пасажирському залізничному комплексі одночасно з маркетингом. Обґрунтування впровадження логістики в сфері пасажирських залізничних перевезень здійснено як з функціональної, так і з економічної точок зору.

З функціональної точки зору логістика в сфері пасажирських перевезень це процес управління потоками і фізичними операціями, які необхідно виконувати при перевезенні пасажирів, при аналізі ринку перевезень, структури пасажиропотоку, координації попиту, гармонізації інтересів учасників перевезення.

З економічного підходу – це сукупність різних видів діяльності, яка спрямована на одержання максимального прибутку від перевезень при найменших витратах в конкретний час і на конкретному об'єкті.

Необхідність застосування логістики у комплексі з маркетингом викликається

і іншими чинниками:

- здійсненням діяльності на олігопольному ринку, який характеризується зростанням конкуренції між видами транспорту;
- щорічним збільшенням витрат на пасажирські перевезення і необхідністю їх скорочення;
- розвитком в цій сфері маркетингу, який є підґрунтям логістики;
- необхідністю вирішення багатьох альтернативних і оптимізаційних задач (прогнозування попиту на перевезення і потреб в ресурсах, організація пасажиропотоків, управління грошовими потоками та ін.).

Визначено і сформульовано поняття: «маркетингова транспортна логістика у пасажирському комплексі» і «маркетинго-логістичний механізм управління»

Маркетингова транспортна логістика у пасажирському комплексі це інтерактивна структура, що включає персонал, устаткування і технології, забезпечення інформаційним потоком, яка базується на базі даних маркетингу, орієнтована на отримання максимального прибутку і задоволення потреб потенційних пасажирів у повній мірі.

Маркетинго-логістичний механізм управління пасажирським комплексом це такий механізм головним інструментом якого є маркетинг. На основі його результатів визначаються оптимальні логістичні технології обслуговування пасажирів, цінова політика, стратегії взаємодії залізниць з пасажирами та ін.

Принципова новизна економічного маркетинго-логістичного механізму у том, що він дає можливість перейти від ізольованого управління всією діяльністю пасажирського комплексу до скоординованих заходів, тобто до управління пасажиропотоками і потоками супутніми перевезенням, від адміністративних до економічних методів управління. Тобто у даному випадку розглядаються органічно взаємні зв'язки інтеграції різної діяльності пасажирського комплексу у єдиній системі, з однією ціллю і задачею – одержання максимального прибутку.

Упровадження запропонованого механізму в даній сфері діяльності дозволить комплексно управляти багатьма об'єктами і процесами, зокрема:

- фізичними об'єктами (станціями, вокзалами, дирекціями, вагонними депо і ділянками та ін.);
- видами послуг, а також пов'язаним з ними сервісом і конкурентоспроможністю, взаємодією всіх елементів системи.

Щоб управління пасажирськими перевезеннями здійснювалося з використанням економічного маркетинго-логістичного механізму запропоновано у Головних пасажирських управліннях і пасажирських службах залізниць організувати маркетинго-логістичні центри. Такий центр Головного пасажирського управління інтегруватиме управління пасажирськими перевезеннями, виконуючи наступні функції розроблені автором:

- дослідження транспортного ринку;

- коригування схем поїздів на конкретних напрямках в залежності від рівня пасажиропотоків;
- розробка стратегії цінової політики і системи розподілу місць в поїздах;
- внесення змін в діючий графік руху пасажирських поїздів, визначення «ниток» руху нових (додаткових) поїздів та причіпних вагонів;
- інтегрування роботи усіх підрозділів, які здійснюють обслуговування пасажирів;
- аналіз динаміки пасажиропотоків, обсягів продажу основних та додаткових послуг, населеності поїздів на напрямках і маршрутах в різні періоди;
- розробка оптимальних методик обслуговування пасажирів (в касах, залах відпочинку, поїздах при посадці та висадці);
- вирішення питань удосконалення інформаційної роботи (про споживачів, послуги, сервіс, пільги та ін.);

Виконання цих функцій сприятиме підвищенню рівня стандартів перевезень, конкурентоспроможності і прибутковості.

Розроблено наступні моделі маркетинго-логістичного механізму: взаємозалежності маркетинго-логістичних операцій пасажирського комплексу; маркетинго-логістичної системи управління пасажиро- та іншими потоками і маркетинго-логістичну модель управління композицією складів пасажирських поїздів.

Останнім часом, у зв'язку із загостренням конкуренції на ринку пасажирських перевезень з'явилася також нагальна необхідність здійснювати управління на основі маркетинго-логістичного механізму не тільки пасажиропотоками, але і супутніми перевезеннями потоками, зокрема – сервісними. Тому всі послуги (види сервісу), що надаються пасажирам, запропоновано умовно поділити залежно від рівня стандарту, на такі групи: послуги вищого рівня стандарту; конкурентоспроможні; із зниженим і з низьким рівнем стандарту. На етапах організації пасажирських перевезень запропоновано відокремити такі види сервісу: задоволення споживчого попиту пасажирів на основну послугу; надання послуг, супутніх основній послугі; після продажний сервіс; інформаційне і фінансове обслуговування. Характеризувати ці види сервісу запропоновано показниками, що об'єднані за такими критеріями: якість, асортимент і кількість, ціна, надійність надання послуги.

Комплексна класифікація сервісного обслуговування пасажирів на ринку перевезень, яку запропоновано автором дозволить моделювати виробничо-фінансову діяльність пасажирських підприємств, здійснювати пошук внутрішньо-господарських і фінансових резервів з метою підвищення ефективності їх діяльності за рахунок зниження витрат, що є однією з цілей застосування маркетинго-логістичних принципів управління у сфері пасажирських перевезень.

У четвертому розділі «Розвиток стратегії управління пасажирським комплексом» показано призначення стратегічного управління комплексом, типи конкурентних стратегій, які необхідно застосовувати, суть удосконалених здобува-

чем маркетинго-логістичних підходів до вибору оптимальної стратегії управління пасажирським комплексом і стратегії підвищення ефективності результатів діяльності та методик їх розробки.

Призначення даних розробок – забезпечити пасажирському комплексу здібності до адаптації к ринку, готовність к змінам зовнішніх и внутрішніх умов з метою досягнення оптимальних результатів у господарській діяльності та у розвитку на тривалу перспективу.

Нині зміст конкурентної боротьби міститься не стільки в діях проти конкурентів, скільки в завоюванні конкретних категорій потенційних пасажирів, що користуються послугами конкурентів. Основа вибору конкурентної стратегії для будь якого виду транспорту це систематизація маркетингової інформації, яку одержано у результаті аналізу асортименту своїх послуг та послуг конкурентів, а також рівнів цін на них і попиту споживачів на конкретні послуги. Систематизацію маркетингових досліджень запропоновано подавати у формі (табл. 3).

Запропоновано, при розробці стратегій застосовувати маркетинго-логістичні підходи – замість сліпого слідування зовнішнім умовам (тенденціям науковотехнічного, економічного, соціального, політичного оточення) активно формувати ці умови на основі даних маркетингу, діяти в них і тим самим визначати майбутнє пасажирських перевезень на залізницях України. Це дає можливість обґрунтувати напрямки оптимального господарювання і розвитку пасажирського комплексу та його підприємств.

Залізничний транспорт здійснює свою діяльність не тільки на ринку перевезень, він присутній також на інших ринках (машинобудування рухомого складу, електроенергії і паливних ресурсів, електроніки та ін.). Тому для розробки стратегій підприємствам пасажирського залізничного комплексу запропоновано комплексну програму – форму впровадження обраної стратегії і можливих варіантів її реалізації. Дана програма дозволить сконцентрувати увагу на головних напрямках діяльності пасажирських підприємств і етапності їхнього розвитку.

Таблиця 3

Модель систематизації даних маркетингових досліджень

З урахуванням аналізу досягнень науки у сфері економіки, управління, маркетингу і логістики, вітчизняного і світового практичного досвіду, для забезпечення конкурентоспроможності продукції підприємств пасажирського комплексу запропоновано при виборі стратегії урахувувати наступні принципи:

- досягнення найнижчих витрат на обслуговування пасажирів (стратегія лідерства у зниженні витрат);
- диференціювання транспортних послуг і послуг, супутніх перевезенню, з метою створення у потенційних пасажирів уявлення (розуміння) істотних переваг
- порівняння послуг залізничного транспорту з послугами конкурентних

видів транспорту (стратегія диференціації);

- зосередження своїх зусиль на вузькій ниші ринку перевезень (на основних сегментах), щоб обслуговувати пасажирів з чітко вираженими особливими видами попиту (стратегія фокусуючої діяльності).

Визначення джерел за рахунок яких досягаються і зберігаються переваги на ринку перевезень дозволяє уточнити зв'язок між конкурентними перевагами пасажирського залізничного комплексу перед іншими видами транспорту і сформуванню бізнес-стратегію. Запропоновані принципи її формування.

Запропоновано наступні основні маркетингові підходи щодо вибору конкурентної стратегії в пасажирському комплексі: створення маркетинго-логістичних підрозділів; оновлення асортименту послуг, впровадження послуг відмінних від конкурентів, відповідність їх попиту споживачів; збереження низьких і стабільних цін на послуги; нарощування пунктів (точок) реалізації послуг (основних і супутніх); подолання сезонних коливань попиту на основну послугу за рахунок системи гнучкого регулювання тарифів; акцент на зниження собівартості пасажирських перевезень і підвищення рівня стандартів якості послуг; скорочення зайвого і некваліфікованого персоналу при збільшенні заробітної плати тим працівникам, які залишаються; удосконалення технології обслуговування пасажирів на всіх етапах перевезення.

Ефективність виконання стратегій запропоновано оцінювати шляхом розрахунку інтегрального показника ($J_{\text{эф}}$) ефективності використання ресурсів підприємства [59]. Наведено методику його розрахунку на умовному прикладі за вихідними даними (табл. 5)

Таблиця 5

Дані для розрахунку інтегрального показника

Оскільки ідеальна ефективність стратегії має місце у випадку, коли $J_{\text{эф}} = 1,0$, то із умовного розрахунку бачимо, нормативи ефективності використання ресурсів, установлені на стадії стратегічного маркетингового планування не виконуються на 14 %. Тобто необхідно вживати додаткових заходів щодо підвищення ефективності – посилення мотивації виконання стратегії організації.

У п'ятому розділі «Розвиток системи стандартів пасажирських перевезень» розглянуто значення стандартів обслуговування пасажирів, визначені їх параметри для пасажирського комплексу і засоби забезпечення. Запропоновано маркетингові підходи до вибору оптимального варіанту кількості квиткових кас на вокзалах і засоби оптимальної реалізації послуг у поїздах.

Високий рівень стандартів послуг і виконання робіт є важливішим засобом досягнення успіху на транспортному ринку з високим рівнем конкуренції. В країнах Західної Європи, США, Японії та інших, концепція – «лідерство через якість» – рівень стандартів обслуговування забезпечує економічний ефект.

В Україні проблема стандартів обслуговування споживачів в транспортній галузі повинна стати основою для процесу перевезень тому, що транспортні послуги високого рівня стандарту забезпечують не тільки підвищення конкурентноздатності залізниць, але і зростанню обсягів їх продажу і одержання максимального прибутку.

Розглянуто процес організації продажу проїзних документів у системі стандартів обслуговування пасажирів. Обґрунтовано, що від оптимальності цих стандартів залежить вчасна та повна реалізація платоспроможного попиту населення, рівень обслуговування пасажирів, імідж галузі та зростання прибутку. Особливо важлива роль раціональної кількості кас та злагоджена їх робота. Тому, при визначенні кількості кас, на відміну від існуючих методик запропоновано кількість кас розраховувати на літній і на зимовий періоди відповідно [19]. На літній – за витратами на їх оснащення й устаткування за формулою

(1)

з даної формули n – кількість кас

(2)

де n – кількість кас у літній період; C_k – витрати на оснащення однієї каси і її устаткування; $t_{ок}$ – нормативний термін окупності, $t_{ок} = 10$ років; \mathcal{E}_k – річні витрати, пов'язані із змістом устаткування і його амортизацією.

Для зимового періоду відповідно [19] – з урахуванням витрат, пов'язаних з оплатою праці квиткових касирів

$$E_{бк} = n_{л}T_{л}C_{км} + n_{з}T_{з}C_{км}, \quad (3)$$

де $n_{л}$ – кількість працюючих кас у літній період, тобто кількість працюючих касирів, людина; $n_{з}$ – кількість працюючих кас у зимовий період, тобто кількість працюючих касирів, людина; $T_{л}$, $T_{з}$ – кількість місяців у літній і зимовий періоди, відповідно; $C_{км}$ – місячний оклад квиткового касира.

При оптимальній кількості кас робота касира не викликає в нього психологічної втоми і не вважається перенапруженою, що сприяє поліпшенню продуктивності роботи, підвищенню якості обслуговування пасажирів, іміджу транспорту, збільшує кількість пасажирів, які користуються послугами і, як наслідок, збільшує продаж проїзних документів і доходи, зменшує витрати за рахунок закриття зайвих кас.

Вперше для аналізу економічної ефективності пасажирського комплексу вводиться макроеконометричний інструмент, за своєю природою споріднений з поняттям одиничного вектора, у вигляді одиничного пасажирського поїзда. З теоретичних позицій науки обґрунтовано, що ефективність роботи всього пасажирського комплексу значною мірою визначається рівнем доходів і витрат, які складаються при експлуатації конкретного пасажирського поїзда, тобто залежить від його населеності.

Місткість (населеність) одного пасажирського поїзда визначається за

формулою:

$$(4)$$

де $P_1, P_2, P_3, \dots, P_i$ – пасажироемність вагону конкретного типу – СВ, купейний, загальний, плацкартний; $K_1, K_2, K_3, \dots, K_i$ – кількість вагонів конкретного типу у складі одиничного пасажирського поїзду.

Середнє значення пасажироемності одного поїзда на ділянці b_k визначимо як

Сумарна населеність поїздів, які курсують на ділянці N_k (для полігона) визначаємо за формулою:

$$(6)$$

де $j=\overline{1, n}$ – кількість категорій поїздів, які курсують на ділянці N_k ; N_j – кількість категорій всіх поїздів, які курсують на ділянці K_k ; P_{ij} – кількість категорій пасажирів у вагоні i -го типу в j -м поїзді; K_{ij} – кількість вагонів i -го типу в j -м поїзді.

Сумарна населеність поїздів на ділянці N_k , яка не використовується визначаємо за формулою:

$$(7)$$

де $E_{факт}$ – фактична сумарна населеність поїзда.

Оскільки в маркетинго-логістичній системі стандартів обслуговування пасажирів найбільш трудомістким процесом є впровадження різноманітного спектру послуг в поїзді – одного із основних факторів, який впливає на конкурентоспроможність залізничних пасажирських перевезень, детально обґрунтовано і запропоновано нові способи оптимальної реалізації послуг у поїзді. На практиці попит на послуги і товари, які є у вагоні поїзда запропоновано формувати в сторону збільшення за допомогою алгоритму 6П. Наприклад, 1П – проблема: виявити «головну біль пасажира», 2П – наслідок: в чому можуть бути неприємні наслідки, невіршеної проблеми? 3П – шляхи рішення: які з них бачить сам пасажир? 4П – пропозиції: що ви, як провідник вагона, можете запропонувати? 5П – позиціювання: відділити свій товар і послуги від конкурентних. 6П – інформування пасажирів щодо прикладів, коли послуги, які пасажири одержали в вагоні поїзда, приносили вигоду.

У шостому розділі «Ефективність функціонування пасажирського комплексу» досліджені існуюча стратегія ціноутворення і політика цін у сфері пасажирських перевезень і їх вплив на результати підприємництва і бізнесу в цій сфері. Обґрунтовано, що управління економікою пасажирського поїзда це є управління економікою пасажирського комплексу у цілому.

Показано, що нині до числа головних проблем залізниць України, які потребують негайного вирішення є стабілізація фінансового становища і

підвищення економічної ефективності перевезень. Рішення цієї проблеми в значній мірі залежить від пасажирів – вибору ними виду транспорту в залежності від конкурентоспроможності транспортних послуг. Вирішальним критерієм в системі трикутника конкурентоспроможності «якість – ціна – сервіс» зараз є ціна. Пояснюється це тим, що «весь процес виробництва регулюється за допомогою ціни...».

Основна проблема ціноутворення у пасажирському комплексі полягає у тому, що діючі тарифи на пасажирські перевезення і на деякі види послуг не відповідають витратам на їх організацію і реалізацію.

Результати досліджень, які наведені в роботі, вітчизняна та зарубіжна практика показують – встановлювати ціни на проїзд та додаткові послуги на залізничному та інших видах транспорту треба з урахуванням платоспроможності населення і рівня попиту. Тобто цінова політика залізниць має бути науковою. Щоб це здійснювалося запропоновано – надати залізницям право на регулювання цін на перевезення в рамках законів в залежності від названих факторів.

Найважливішого значення цінова стратегія і політика цін набувають при організації підприємницької діяльності і бізнесу в пасажирській сфері – в процесі пошуку нових потреб споживачів транспортних послуг і можливостей їх задоволення з метою підвищення доходів і прибутку, підвищення матеріального благополуччя залізниць та їх іміджу. Для успіху в бізнесі необхідним є пошук неординарних рішень, які мають комерційний ризик. Тому у дисертації запропоновано узгоджувати інтереси виробників послуг і споживачів (пасажирів) із законом непередбачених наслідків. Недооцінка цього обертається досить великими втратами.

Відомо, що з науково теоретичних позицій і практики результат роботи всього пасажирського комплексу значною мірою визначається рівнем доходів і витрат, які формуються при експлуатації конкретного пасажирського поїзда за рахунок продаж на нього проїзних документів і додаткових послуг, що реалізуються в поїзді і витрат на експлуатацію конкретного пасажирського поїзда. І тому управління пасажироємністю составів пасажирських поїздів шляхом вибору їх оптимальної композиції та її оперативне регулювання залежно від попиту, в тому числі за категоріями поїздів і вагонів являє собою систему управління економікою пасажирського поїзда, а в цілому – економікою пасажирського комплексу. Пояснюється це тим, що оптимальна композиція визначає не тільки комфортність, населеність поїздів, швидкість і розміри руху, але і доходи від поїздів, витрати і собівартість перевезень.

Ступінь населеності поїздів, в свою чергу визначає якість задоволення попиту і сумарний економічний ефект кожного поїзду та пасажирського комплексу в цілому. Рішенню даної задачі сприятиме економіко-математична модель вибору оптимальної композиції складу пасажирських поїздів, яку побудовано на основі розробок А. А. Босова. Дана пропозиція через збитковість пасажирських перевезень

та зростанням щорічних збитків є актуальною для залізниць України.

У дисертації, як і у роботі А. А. Босова для вибору оптимальної композиції складу пасажирських поїздів були розглянуті два показника – прибуток і витрати, але оптимальна структура складу пасажирського поїзду визначена з урахуванням попиту на проміжних станціях маршруту, тобто розподілі місць із зміною трафарету.

Умови розподілу місць для кожної станції із зміною трафарету y_{ij} відповідно [33] визначаються за формулою:

$$(8)$$

де a_{ij} – мінімальний попит, b_{ij} – максимальний попит на конкретну дату; λ – величина, яка характеризує відношення середніх витрат до прибутку

$\Delta\Pi$ – прибуток від перевезення пасажирів від ст. A_i до A_j ; Z – втрати при поїздки від ст. A_i до A_j ;

де p – рентабельність.

Чисельний приклад. Розглянемо поїзд з одним типом місць, який прямує від початкової до кінцевої станції через дві проміжні станції, тобто $n = 4$ (рис.).

Рис. Граф бронювання міст з переменою трафарету (Інформаційна матриця А)

Інформацію про попит представимо у вигляді матриці

де матриця A містить інформацію про мінімальну величину попиту, матриця B – про максимальну величину попиту на поїздки. Інформацію розбито по стовпцях, тобто перший стовпець показує попит на поїздки з першої станції до другої, третьої і четвертої.

Для розглянутих умов від початкової станції для задоволення попиту на проїзд до другої резервується 11 місць із зміною трафарету, до третьої – 21, до четвертої – 66, від другої станції до третьої – 1, до четвертої – 10, від третьої до четвертої – 6.

При наявній статистичній інформації про розподіл пасажироємності поїздів на ділянці відповідно моделі, яку запропонував автор, можна визначити раціональну пасажироємність з урахуванням ціни і часу поїздки, і на підставі варіації категорій, типів і кількості поїздів обрати оптимальну композицію складу кожного поїзду з тим, щоб максимально задовольнити попит на пасажирські перевезення і оптимізувати прибуткові надходження пасажирського комплексу як на окремій ділянці, так і на всьому напрямі або мережі залізниць України.

Значення ефективності використання місць зі зміною трафарету видно на наступному прикладі (табл. 6)

Таблиця 6

Використання місць зі зміною графарету за 2 декаду липня

Аналіз цієї таблиці показує, що через не реалізацію місць зі зміною графарету на усі поїзди по станціям, для яких вони виділялися, при не задоволенні попиту на станціях відправлення формуються солідні сумарні втрати (при середньої вартості проїзду до Мурманська по залізницям України 400 грн, а до Одеси – 50 грн, для даного прикладу утрачена вигода склала 79740 грн за місяць).

Комплексний підхід до вирішення задач оперативного управління економкою пасажирських поїздів вимагає використання спеціальних методик і системи постійного відстеження ефективності курсування конкретного пасажирського поїзду. Як показує досвід зарубіжних залізниць, застосування таких методик забезпечує чітку взаємодію виробничих, технологічних, фінансових, кадрових і інших видів діяльності. Подібні методики і системи вже розроблені Вседержавним науково-дослідним інститутом залізничного транспорту (ВНДІЗТ РФ) і упроваджені в практику на російських залізницях.

Рішення щодо призначення (відміни) або ефективність курсування конкретного пасажирського поїзду (безпересадочних вагонів) приймаються на основі звітної інформації «Експрес» – про наявність місць і продаж проїзних документів на конкретний поїзд. Через відсутність в Україні такої програми запропоновано – беззбитковість курсування пасажирського вагону відповідно [4] визначити за формулою:

(9)

де $K_{пк}$ – кількість пасажирів, які здійснюють поїздку у вагоні певної категорії, C_c – середня ціна проїзного документу, $E_{уnc}$ – сума умовно постійних витрат, сформованих при курсуванні вагону.

«Критична» населеність пасажирського поїзду $K_{пк}$ дальнього сполучення – за наступною формулою:

(10)

де E_{mn} – витрати, безпосередньо пов'язані з формуванням і рухом пасажирського поїзду; L_c – середня відстань перевезення; C_{on} – витрати на 1 пасажирів, залежні від обсягу перевезень, але не залежні від відстані (частина витрат на продаж проїзних документів, на прийом і видачу багажу або вантажо-багажу) грн.; C_{nd} – витрати на 1 пасажиро-км, безпосередньо пов'язані з перевезенням пасажирів (витрати (грн.) обумовлені масою пасажирів і його поклажі.

Витрати, сформовані конкретним поїздом, запропоновано також визначати згідно методики ВНДІЗТ [132] за спрощеною здобувачем математичною формулою

(8)

де $E_{и.с}$ и $E_{д.д}$ – витрати на інфраструктуру, які пов'язані з рухом пасажирського поїзду по території своєї залізниці і по території інших залізниць, які розташовані

на маршруті руху поїзду; $P_{п.с}$, $P_{в.с}$ и $P_{п.д}$, $P_{в.д}$ – укрупнені витратні ставки відповідно на 1 поїздо-км и вагоно-км своєї та інших залізниць; M_c , M_d и m_c , m_d – звітні значення відповідно поїздо-км и вагоно-км на своїй залізниці і на інших.

До суми витрат на переміщення поїзду відносять витрати служб: перевезень, колії, локомотивної, СЦБ та зв'язку, цивільних споруд, обчислювальної техніки, енергопостачання, а також витрати на склад відновлюваних поїздів і на виконання перевезення іноземними залізницями на території України. Витрати, що враховує УРС на 1 вагоно-км, розподіляються за різними категоріями і визначаються через відповідні витратні ставки (для кожної залізниці).

З урахуванням зміни пасажиропотоку, кон'юнктури на ринку перевезень та інших чинників запропоновано раціональні принципи організації підприємництва в структурах пасажирського комплексу і впровадження маркетинго-логістичного механізму. Позначка останнього – виявити сильні і слабкі сторони діяльності пасажирського підприємства (комплексу), після чого розробити оптимальний варіант стратегії господарювання і розвитку підприємства або пасажирського комплексу в цілому. Як показує практика розвинених країн маркетингові дослідження дозволяють досить точно визначити ступінь спрацювання основних фондів залізниць і дефіцит їх фінансових коштів, потребу в обсягах інвестицій в основний капітал, оцінити привабливість пасажирських перевезень і послуг залізниць для потенційних пасажирів і зовнішніх інвесторів, визначити позиції на транспортному ринку (внутрішньому або міжнародному – свій рейтинг), визначити резерви і можливості підприємства або пасажирського комплексу залізниці (Укрзалізниці) адаптуватися до змін, що відбуваються в зовнішньому середовищі.

ВИСНОВКИ

На основі аналізу стану пасажирського залізничного комплексу України та динаміки його основних показників за роки незалежності держави і з урахуванням його соціально-економічного значення у дисертаційній роботі сформульовані задачі зазначеного комплексу і на основі маркетинго-логістичної концепції створено новий економічний механізму управління.

Результати дослідження дозволяють сформулювати такі висновки:

1. Через недосконалість структури і системи управління економічною ефективністю і тарифною політикою, прострочення терміну експлуатації переважної кількості рухомого складу, останніми роками одночасно із зростанням доходів зростають і витрати від пасажирських перевезень з випереджальними темпами, зростає і їх собівартість. З 1992 р. останній показник щорічно підвищується, перевезення залишаються збитковими. Запропоновано основні засоби щодо ліквідації збитковості пасажирських перевезень – гнучка цінова політика, стандартизація системі обслуговування пасажирів, управління економікою пасажирських поїздів та ін.

2. Визначено, що одним з основних напрямків вирішення проблем інвестування при реформуванні пасажирського залізничного комплексу та ліквідації існуючої практики компенсації збитків від пільгових і приміських перевезень за рахунок вантажних, оновлення і поповнення пасажирського рухомого складу, ліквідації збитковості перевезень є надання залізницям повноважень щодо регулювання рівня тарифів залежно від попиту. Без цього неможливе відокремлення діяльності пасажирського комплексу в самостійний вид бізнесу.

3. Для початкового вирішення питання щодо збитковості перевезень запропоновано ввести в дію економічний та правовий механізми взаємодії між учасниками пасажирських перевезень – сукупність економічних і організаційних стандартів, форм і методів взаємовідносин між залізницями, з одного боку, і інституціями, що надають пільги на перевезення і зацікавлені в реальному захисті соціальної гарантії громадян. Це забезпечить нормальну роботу залізничного транспорту й розвиток економіки держави. На основі цих механізмів Уряд України й адміністрації регіонів повинні оплачувати збитки за пільгові і приміські перевезення. Головна мета такої взаємодії – одержати максимум прибутку при повному задоволенні попиту й забезпеченні високої якості обслуговування.

4. З метою одержання оптимального прибутку, нами пропонується впровадити на залізницях маркетингові принципи регулювання тарифів: на всі поїзди по періодам року, на окремі поїзди по періодам року та дням тижня, в залежності від розміщення місць у вагонах (диференціація місць).

Для рішення даної задачі запропоновано урахувувати періоди року, в які зростає або зменшується попит на перевезення. В першому випадку потрібно підвищувати коефіцієнти індексації, а в другому – зменшувати. Зменшення коефіцієнтів, зменшить ціни за проїзд і буде сприяти зростанню кількості пасажирів здійснювати поїздки в названі періоди року.

Коефіцієнти індексації тарифів повинні враховувати зміни пасажирських потоків на напрямках, стимулювати пасажирів щодо поїздок при падінні попиту, а в цілому відповідати конкретним витратам для пасажирського поїзду кожної категорії. Така тарифна політика дозволить значно збільшити прибуток від продажу проїзних документів.

5. Оскільки в пасажирській сфері діяльності, як і в сфері вантажних перевезень, наявні різні потоки (пасажирські, фінансові, сервісні та ін.), запропоновано управління потоками і тут здійснювати на основі принципів маркетингової логістики. Обґрунтовується це з економічної та технологічної сторін, а також розвитком і вдосконаленням ринку перевезень, загостренням конкуренції в боротьбі за пасажира між видами транспорту й ускладненням ведення господарської діяльності в цих галузях та досвідом розвинених країн.

6. Введено і обґрунтовано поняття маркетингова логістика у пасажирському комплексі та економічний маркетинго-логістичний механізм управління пасажирським залізничним комплексом, а також поняття стандартів якості

обслуговування пасажирів і їх визначення доведені як нові категорії, яким притаманні головні функції, форми і методи використання. Тобто ці поняття сприяють розвитку і посиленню ролі механізму управління ефективністю пасажирських перевезень і дозволяють зробити їх беззбитковими.

Ці поняття сприяють розвитку понятійного апарату та посиленню теоретичному підґрунтю процесу управління економічною ефективністю пасажирського залізничного комплексу України.

7. Науково обґрунтовано, що застосування маркетинго-логістичного механізму управління у сфері пасажирських перевезень забезпечить збалансування інтересів і узгоджених дій між різними структурними підрозділами пасажирського комплексу, тобто між всіма суб'єктами, що організують і здійснюють обслуговування пасажирів; сприятиме формуванню умов для переходу від ізольованого управління всією діяльністю в даній сфері до впровадження комплексу скоординованих заходів щодо управління пасажиропотоками і потоками, супутніми перевезенням; сприятиме прискоренню доставки пасажирів, багажу або вантажобагажу до місця призначення, зменшенню витрат і збільшенню доходів, поліпшенню якості обслуговування пасажирів на всіх етапах перевезення, а отже, підвищенню конкурентоспроможності залізничного транспорту та його підприємств і як наслідок – прибутку. Це підтверджено досвідом розвинених країн.

Принципова новизна маркетингово-логістичного підходу щодо організації пасажирських перевезень полягає в тому, що в процесі його застосування розглядаються органічні взаємодії, які інтеграційно ув'язують різноманітну діяльність пасажирського комплексу в єдину цілісну систему.

8. Для досягнення успіху управлінським структурам пасажирського залізничного комплексу запропоновано нові функції:

- регулярне вивчення та аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку;
- вивчення конкуренції на сегментах діяльності пасажирського підприємства та активності безпосередніх конкурентів, які діють в цих же сегментах;
- визначення свого положення на ринку, цілей діяльності і проблем;
- з'ясування ефективності своєї стратегії;
- формування іміджу пасажирських залізничних перевезень;
- своєчасне реагування на зовнішні загрози, а також на взаємовідносини з бюджетом, суспільством та ін.

9. На етапах організації пасажирських перевезень запропоновано відокремлювати такі види сервісу, як: задоволення споживчого попиту пасажирів на основну послугу, надання послуг, супутніх основній; після продажний сервіс; інформаційне і фінансове обслуговування. Кожен вид сервісу запропоновано оцінювати за формального опису такими критеріями: асортимент і кількість, час і якість, ціна і надійність надання послуги. Класифікація за видами сервісного обслуговування пасажирів на ринку перевезень дозволить моделювати виробничо-фінансову діяльність

пасажирських підприємств, здійснювати пошук внутрішньо господарських і фінансових резервів з метою підвищення ефективності їх діяльності за рахунок зниження витрат різного роду, що є однією з цілей застосування маркетинго-логістичних принципів управління у сфері пасажирських перевезень.

10. У сучасних умовах для ринку пасажирських перевезень характерна наявність гострої конкуренції між видами транспорту, і домінуватиме на цьому ринку той вид транспорту, який здійснюватиме перевезення і надаватиме послуги високого рівня стандарту якості і меншою ціною. Тобто, якість перевезень і супутніх їм послуг відповідно стандартів є необхідною передумовою розвитку залізничного пасажирського комплексу. У зв'язку з цим сформульовано поняття «стандартів обслуговування» в пасажирській сфері діяльності і запропоновано їх типи для даного виду перевезень, а також показники їх визначення і розподіл послуг за рівнем стандартів якості.

11. Запропоновано моделі оптимального вибору композиції складів поїздів і пасажироємності поїздів на дільниці та використання місць зі зміною трафарету. Важливість цієї пропозиції пояснюється тим, що основна частка доходів від пасажирських поїздів формується за рахунок продажу проїзних документів. Кількість їх продажу залежить від композиції і пасажироємності складів пасажирських поїздів. Саме композиція складу поїзду та його категорія дозволяють громадянам з різною купівельною спроможністю вибрати тип вагону і поїзду, що відповідають їхнім потребам, вимогам і запитам. Від цього залежить населеність поїду і доходи.

Управління композицією складів пасажирських поїздів і їх оперативне регулювання залежно від попиту, зокрема за категоріями поїздів і вагонів, по суті є системою управління економікою пасажирського поїзду і комплексу у цілому.

12. Для підвищення ефективності пасажирських перевезень запропоновано стратегію пасажирського комплексу розробляти з обліком даних маркетингу, який є основним інструментом маркетинго-логістичної концепції. Це надає можливість обґрунтувати стратегічні напрямки оптимального господарювання, розвитку комплексу і його підприємств: вокзалів, пасажирських станцій, пасажирських вагонних і локомотивних депо, вагонних дільниць та ін. – в умовах загострення конкуренції. При аналізі управлінських ситуацій, пов'язаних із зміною відносин між перевізником і споживачами, інтереси останніх завжди повинні бути в центрі уваги.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Аксьонов І. М. Ефективність пасажирських залізничних перевезень : монографія. – К. : Транспорт України, 2004. – 284 с.
2. Аксенов И. М. Основи маркетинга услуг в сфере пассажирских перевозок. – монографія – К. : КМУГА, 1999. – 186 с.
3. Аксьонов І. М. Маркетинг на объектах транспорта : монографія. – Ніжин :

Аспект-Поліграф, 2006. – 334 с.

4. Аксьонов І. М. , Яновський П. О. Організація пасажирських приміських перевезень : навч. посібник. – К. : КУЕТТ, 2002. – 67 с.

Статті у фахових виданнях

5. Аксьонов І. М. Роль посередників у продажу основних послуг залізничного транспорту //Матеріали наук.-прак. конф. «Сучасні проблеми економіки і управління на залізничному транспорті». – М. : МІТ, 1999. –186 с. – Ч. II. – С. 52–54. (0,36 ум. арк.)

6. Аксьонов І. М. Логістичний підхід до управління пасажирськими // Залізничний транспорт України. – 2001. – № 3. – С. 6–11. (0,72 ум. арк.).

7. Аксьонов І. М. Зміцнення економічної стабільності приміських пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2001.– № 4. – С. 6–10. (0,6 ум. арк.).

8. Аксьонов І. М. Вплив якості послуг на конкурентоспроможність пасажирських перевезень // Залізнич. транспорт України. 2001. – № 6. – С. 11–16. (0,72 ум. арк.).

9. Аксьонов І. М. Концепція сервісу у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2002. – № 1. – С. 11–16. (0,72 ум. арк.).

10. Аксьонов І. М. Вибір конкурентних стратегій у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2002. – № 3. – С. 45–50. (0,72 ум. арк.).

11. Аксьонов І. М. Логістичні принципи управління сервісом у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2002. – № 5. – С. 48–51. (0,48 ум. арк.).

12. Аксьонов І. М. Роль стратегічного планування у покращенні обслуговування пасажирів // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. «Ефективність економіки промисловості і її вплив на транспорт». – № 6. –2002. – С. 41–44. (0,36 ум. арк.).

13. Аксьонов І. М. Логістика у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2004. – № 2. – С. 31–38. (0,96 ум. арк.).

14. Аксьонов І. М. Оптимізація пасажироємності поїздів на залізничній дільниці // Залізничний транспорт України. – 2004.– № 6 – С. 33–35. (0,36 ум. арк.).

15. Аксьонов І. М. Определение тенденции изменения конкурентоспособности железнодорожного транспорта // ВІСНИК Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. – С. 172–178 (0,7 ум. арк.).

16. Аксенов І. М. Повышение эффективности пассажирских перевозок с учетом зарубежного опыта // Залізнич. транспорт України. – 2005. – № 2. – С. 82–86 (0,48 ум. ар.).

17. Аксьонов І. М. Проблемы экономики транспорта на современном этапе // Залізнич. транспорт України. – 2005. – № 3. – С. 85–87.(0,36 ум. друк. арк.).

18. Аксьонов І. М. Підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту // Залізничний транспорт України. – 2001. – № 2. – С. 2–6. (0,6 ум. арк.)
19. Аксьонов І. М. Підприємництво і бізнес у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2000. – № 1. – С. 28–30. (0,36 ум. арк.)
20. Аксьонов І. М. Роль стратегічного маркетингу в плануванні, прогнозуванні та у збільшенні прибутку від пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 2006. – № 6. – С. 99–102. (0,36 ум. арк.)
21. Аксьонов І. М. Вплив стратегії ціноутворення і політики цін на витрати у сфері пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 1999. – № 4. – С. 31–35. (0,6 ум. арк.)
22. Аксьонов І. М. Нові напрямки економічної транспортної науки // Залізнич. транспорт України. – 2004. – № 1. – С. 51–54. (0,36 ум. арк.)
23. Аксьонов І. М. Управління економікою поїзду / І.М. Аксьонов // Залізничний транспорт України. – 2003. – № 4. – С. 40–43. (0,48 ум. друк. арк.)
24. Аксенов И. М. Новые критерии оценки показателей качества пассажирских перевозок // Наука в транспортном измерении : пассажирские перевозки. Материалы міжнар. наук.-прак. Конф. – К., 2006. – С. 42–45.
25. Аксьонов І. М., Мельник О. Г. Вдосконалення системи обслуговування пасажирів // Залізничний транспорт України. – 2003. – № 2. – С. 34–37. (0,48 ум. др. арк.). Особистий внесок: визначення проблеми та методики її вирішення.
26. Аксьонов І. М., Кадола Г. М., Момот Е. О. Математична модель композиції пасажирських складів // Залізничний транспорт України. – 2005. – № 1. – С. 47–50. (0,48 ум. друк арк.). Особистий внесок: визначення проблеми управління місцями зі зміною трафарету та методика її вирішення.
27. Аксьонов І. М., Кулаев Ю. Ф. Концептуальні аспекти оптимального управління пасажирськими перевезеннями // Залізничний транспорт України. – 2000. – № 4. – С. 2–7 (0,72 ум. арк.). Особистий внесок: визначені сучасні проблеми управління пасажирськими перевезеннями та особливості формування тарифів на пасажирські перевезення, сформульовано принципи їх формування.
28. Аксьонов І. М., Кіреєва О. Ю. Стратегічне управління розвитком пасажирського комплексу // Залізничний транспорт України. – 2003. – № 6. – С. 31–36. (0,72 ум.арк.). Особистий внесок: визначення проблеми і засобів її вирішення.
29. Довбня Н. П., Бондаренко Л. И., Аксенов И. М. Об оптимальном количестве колес вагона : экономический аспект // Залізнич. транспорт України 2004. – № 3. – С. 71–72 (0,24 ум. арк.). Особистий внесок: визначення проблеми та вирішення економічної частини.
30. Довбня Н. П., Бондаренко Л. Н., Аксенов И. М. Преимущества и недостатки движения недогруженного вагона с частью поднятых колес // Залізнич. транспорт України. – 2004. – № 2. – С. 28–29. (0,24 ум. арк.). Особистий внесок: визначення мети і методики її вирішення.
31. Аксенов И., Киреева Е., Яковлева И. Роль управленческого анализа в сфере пассажирских перевозок // Зб. наук. праць. – К. : КУЕТТ, 2004. – Вип. 4. –

С. 91–97. – (Серія «Економіка і управління»). (0,48 ум. арк.) Особистий внесок: визначення теоретичних положень щодо даного виду аналізу при маркетингових дослідженнях і методика їх впровадження.

32. Аксьонов І. М., Кирєєва О. Ю. Гарцбургська модель управління в пасажирському залізничному комплексі // Залізнич. транспорт України. – 2006. – № 2. – С. 61–67. (0,7 ум. арк.). Особистий внесок: визначення сучасної системи управління, її недоліки і сутність нової концепції.

33. Аксьонов І. М., В. Б. Олійник. Концепція оптимальної реалізації послуг в поїзді // Залізничний транспорт України. – 2002. – № 6. – С. 54–57 (0,48 ум. арк.). Особистий внесок: маркетингові підходи щодо обслуговування пасажирів і економічні засоби підвищення якості надання послуг у поїздах.

34. Аксьонов І. М., Пасічник В. В. Особливості реструктуризації в сучасних умовах // Залізничний транспорт України. – 2001. – № 1. – С. 7–11. (0,6 ум. арк.). Особистий внесок: обґрунтування необхідності реформування пасажирського комплексу, розробка маркетингового підходу щодо реструктуризації та визначення етапів і методика її впровадження.

35. Аксьонов І. М., Близнюк С. М., Олійник В. Б. Стратегія управління пасажирськими перевезеннями залізниць // Вісн. Черніг. техн. ун-ту. – 2001. – № 14. – С. 72–76. (0,6 ум. арк.). Особистий внесок: визначення стратегій і методика їх вибору і впровадження.

Інші статті в наукових виданнях

36. Аксенов І. М., Сливец Д. П. Повышение надежности соединения рельсов между собой и с опорами // Залізнич. транспорт України. – 1999. – № 6. – С. 42–43. (0,24 ум. арк.) Особистий внесок: визначення важливості теми і методика її впровадження

37. Аксенов І. М., Сливец Д. П., Козлов В. Д. Повышение безопасности движения поездов на стрелочных переводах // Залізнич. транспорт України. – 2000. – № 2. – С. 28–29. (0,24 ум. арк.). Особистий внесок: постановка проблеми та її визначення.

38. Аксенов І. М. Основы маркетинга при организации пассажирских перевозок // Залізнич. транспорт України. – 1996. – № 1. – С. 22–24 (0,36 ум. друк. арк.).

39. Аксенов І. М. Стратегия SNCF в сфере пассажирских перевозок // Залізнич. транспорт України. – 2001. – № 5. – С. 37–40. (0,48 ум. арк.)

40. Аксенов І. М. Проблемы механики железнодорожного транспорта // Залізнич. транспорт України. – 2000. – № 3. – С. 2–6. (0,6 ум. арк.)

41. Аксьонов І. М. Співробітництво вчених ДПТ та Одеської залізниці // Залізнич. транспорт України. – 2004. – № 1. – С. 54–56. (0,24 ум. арк.)

42. Аксьонов І. М. Дослідження і розробки маркетингу при організації пасажирських перевезень // Залізничний транспорт України. – 1998. – № 1. – С. 83–

85. (0,36 ум. друк. арк.)

Матеріали конференцій і тези доповідей

43. Аксенов И. М. Формы компенсации убытков от пригородных железнодорожных перевозок //1 міжнародна наукова конференція «Проблеми економіки транспорту в умовах реструктуризації». – Дніпропетровськ : Дніпропетровській національний університет імені академіка В. Лазаря на, 2001. – С. 11. (0,12 ум. арк.).

44. Аксьонов І. М.. Роль стратегії планування у покращенні обслуговування пасажирів // Друга Міжнар. наук. конф. – Дніпропетровськ : Дніпропетровській національний університет імені академіка В. Лазаря на, 2002. – С. 24–25. (0,12 ум. арк.).

45. Аксенов И. М. Маркетинг пассажирских перевозок – основной инструмент повышения их эффективности // III міжнар. наук. конф. – Дніпропетровськ, 2003. – С. 46–47. (0,22 ум. арк.)

46. Аксенов И. М. Способы повышения эффективности пассажирских перевозок на зарубежных железных дорогах // Друга Міжнародна наукова конференція. – К. : КУЕТТ, 2004. – С. 42–43 (0,12 ум. друк. арк.).

47. Аксьонов І. М. Удосконалення правових взаємовідносин державних об'єктів з залізницями // 4 міжнар. наук. конф. «Проблеми економіки транспорту». – Дніпропетровськ, 2005. – С. 4–5.

48. Аксенов І. М. Маркетингова логістика у сфері пасажирських перевезень // III наук.-прак. конф. Частина друга «Економіка і управління». – К., 2005. –С. 42. (0,12 ум. арк.).

49. Аксьонов І. М., Кіреєва О. Ю. Удосконалення системи управління вокзалом //5 наук. конф. «Проблеми економіки транспорту». – Дніпропетровськ, 2006. – С. 3 (0,12 ум. арк.).

50. Аксенов И. М. Новые критерии оценки показателей качества пассажирских перевозок // Межнар. науч.-прак. конф. «Наука в транспортном измерении» : пас. перевоз. – К., 2006 . – С. 42–45. (0,42 ум. арк.).

51. Аксенов И. М. Определение тенденции изменения конкурентоспособности железнодорожного транспорта //6 наук. конф. «Проблеми економіки транспорту». – Дніпропетровськ, 2007. – С. 24. (0,12 ум. арк.).

52. Аксенов И. М. , Пасечник В.И. Повышение доходности и качества обслуживания пассажиров в новых экономических условиях (на примере железных дорог Украины) // Науч.- прак. конфер. «Маркетинг и коммерческая деятельность на транспорте». – М. : МИИТ, 1993. (0,12 ум. арк.).

53. Аксенов И. М., Пасечник В. И., Пасечник В. В. Проблемы вхождения железных дорог СНГ в общеевропейскую систему (на примере железных дорог Украины // Междунар. науч.-прак. конф. «Современные проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте». – М. : МИИТ, 2000. – Ч. II. – С. 12–13. (0,22 ум. арк.).

54. Аксенов И. М., Пасечник В. И., Пасечник В. В. Гибкое регулирование тарифов на перевозки грузов и пассажиров на железных дорогах Украины с использованием принципов маркетинга и логистики // Междунар. науч.-практ. конф. «Современные проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте». – М. : – МИИТ, 2001. – Ч. II. – С. 36–37. (0,11 ум. арк).

АНОТАЦІЯ

Аксёнов І.М. Створення економічного механізму управління пасажирським комплексом залізничного транспорту України. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Українська державна академія залізничного транспорту Міністерства транспорту і зв'язку, Харків, 2008.

Проаналізовано становище пасажирського залізничного комплексу України на транспортному ринку, стан пасажирського рухомого складу, динаміку розвитку комплексу за роки незалежності, розвиток конкуренції на ринку перевезень і причини неефективності результатів від пасажирських перевезень. Обґрунтована необхідність впровадження логістики у пасажирській сфері діяльності і переходу на нові маркетинго-логістичні методи і структури управління комплексом, удосконалення стратегій ціноутворення, розвитку комплексу (його підприємств) і підвищення конкурентноздатності залізниць.

Створено новий економічний маркетинго-логістичний механізм управління пасажирським залізничним комплексом України. Запропоновано теоретико-методологічні принципи та підходи щодо його формування; особливості і методи використання; маркетингові підходи щодо реструктуризації, розробки і вибору конкурентних стратегій управління та розвитку пасажирського комплексу; маркетинго-логістичний механізм управління сервісом на вокзалах і в поїздах; маркетингові принципи і стратегія ціноутворення на перевезення і додаткові послуги, управління економікою пасажирських поїздів на залізницях України та ін.

Сформульовано і теоретично обґрунтовані наукові поняття: «маркетингова логістика» у пасажирському комплексі та «маркетинго-логістичний механізм» управління економічною ефективністю пасажирського залізничного комплексу. Ці поняття як нові категорії сприяють розвитку і посиленню ролі даного механізму.

Ключові слова: залізничний транспорт, пасажирообіг, проїзний документ, поїзд, композиція складу, стратегія, цінова політика, маркетинго-логістичний механізм, населеність, оптимальність.

АННОТАЦИЯ

Аксенов И. М. Создание экономического механизма управления

пассажирским комплексом железнодорожного транспорта Украины. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Украинская государственная академия железнодорожного транспорта Министерства транспорта и связи, Харьков, 2008.

Проанализировано положение пассажирского комплекса Украины, динамика его развития за годы независимости, причины неэффективности пассажирских перевозок и их убыточности.

Определены основные факторы, снижающие эффективность управления комплексом:

- из-за осуществления структурной реформы управления на железнодорожном транспорте без соответствующего научного обоснования. Структуры создаются поспешно и волевым порядком, путем «слепого» копирования опыта других государств без учета местных условий в регионах.

- маркетинговые исследования проводятся периодически: методики исследования проблем в сфере перевозок, с учетом социально-экономического развития регионов и категорий потребителей транспортных услуг не разработаны, комплексно маркетинг и логистика не применяются;

- не уделяется должного внимания проблемам управления эффективностью и качеством транспортного производства, так как принижено значение изучения экономических механизмов управления пассажирскими перевозками, отсутствует система управления экономическими процессами, основанная на базе данных маркетинга и логистики;

- не осуществляется внутриотраслевая оценка конкуренции на железнодорожном транспорте, научно не обосновывается распределение инвестиционных ресурсов по направлениям, связанным с техническим перевооружением пассажирского комплекса в условиях его структурной перестройки;

- со стороны Правительства не уделяется достаточного внимания проблемам экономической безопасности отрасли, несмотря на то, что износ основных производственных фондов превысил предел допустимости.

Показано, что из-за недостаточности научно-теоретических разработок новые структуры в пассажирском комплексе создаются волюнтаристски, без экономических обоснований, эти структуры себя не оправдывают и практика отвергает их как экономически неэффективные.

Обоснован переход на новые экономические маркетинго-логистические методы управления и структуры управления, усовершенствование стратегий ценообразования, развития комплекса (его предприятий) и повышения конкурентоспособности железных дорог; разработаны способы стабилизации объемов перевозок, расходов и доходов от них, развития экономических

взаимоотношений между железными дорогами и участниками рынка.

Исследованы системы управления и развития, билетно-кассовых операций, Изучены стратегии управления пассажирским комплексом, ценовой политики, системы организации бизнеса и предоставления сервиса на всех этапах обслуживания пассажиров и др.

Показано, что эффективность работы всего пассажирского комплекса в значительной степени определяется уровнем доходов и расходов, которые формируются при эксплуатации конкретного пассажирского поезда, то есть от объема продажи проездных документов на конкретный пассажирский поезд. В свою очередь объем продаж во многом зависит от конкурентоспособности поезда, а последнюю определяет композиция его состава. В связи с этим управление композицией составов пассажирских поездов и их оперативное регулирование в зависимости от спроса, в том числе по категориям поездов и вагонов представляют собой систему управления экономикой пассажирского поезда, а по сути – всего пассажирского комплекса.

На основе опыта зарубежных железных дорог доказано, что в условиях жесткой конкуренции на рынке перевозок экономический успех обеспечивает новый механизм управления – маркетинго-логистический, который позволяет наладить четкое взаимодействие производственных, технологических, финансовых, кадровых и других видов деятельности.

Создан новый экономический маркетинго-логистический механизм управления пассажирским железнодорожным комплексом Украины, особенности и методы его применения; маркетинговые подходы к реструктуризации, стратегии управления и развития пассажирского комплекса, выбора конкурентных стратегий; маркетинго-логистический механизм управления сервисом на вокзалах и в поездах, стратегия ценообразования, маркетинговые принципы управления экономикой конкретного пассажирского поезда на дорогах Украины и др.

Принципиальная новизна маркетинго-логистического подхода к организации пассажирских перевозок состоит в том, что в процессе его использования рассматриваются органические взаимодействия, которые интеграционно увязывают разнообразную деятельность пассажирского комплекса в единую целостную систему.

Ключевые слова: железнодорожный транспорт, пассажирский комплекс, пассажирооборот, логистика, маркетинг, стратегия, цена, услуги, качество, композиция.

ANNOTATION

Aksenov I. M. Creation of economic mechanism of management passenger complex a railway транспорту Ukrenian. – Manuscript.

Dissertation on the receipt of scientific degree of doctor of economic sciences in speciality 08.00.03 – is an economy and management national gospodar-stvom. – Ukraiska state academy of railway transport, Khar'kiv, 2008.

Position of passenger railway complex Ukraini at the transport market, dynamics of development of complex for years nezalezh-nosti, state of passenger rolling stock, development of competition at the market of transportations and reason of neefektivnosti results, is analysed from passenger perevezen. Passenger a sphere activity and passing has the grounded necessity of introduction of logistic to the new marketingo-logistichni methods and structures of management, improvement of strategies of pricing, development of kompleksu (him pidprtemstv) and pidvischennyaya competitiveness of railways, a complex.

Zaproponovano new economic mechanism of management a passenger railway complex on the basis of marketing and logistic, teoretiko-metodologichni principles and approaches in relation to his forming; features and methods of the use; marketings approaches are in relation to restructuring, development and choice of competition, strategy of management and development of passenger complex; marketingo-logistichniy mechanism of management service on the stations and in trains; marketings principles and strategy of pricing on transportation and additional services, management an economy, concrete passenger a train on zaliznicyakh Ukraine and insh.

It is formulated and scientific concepts are grounded in theory: «logistika» in a passenger complex and «mekhanizm» management of passenger railway complex economic efficiency – new categories, to which inherent main functions, forms and methods of the use, yaks assist development and strengthening of role of this mechanism;

Keywords: railway transport, pasazhiroobig, travel a dock ment, train, composition of composition, strategy, price policy, marketingo-logistichniy mechanism, population density.