

взагалі можливий подальший відхід значної частини споживачів з залізниць на автотransпорт, і цьому можуть сприяти багато факторів.

Пасажиropотік на автомобільному транспорті зростає більш швидкими темпами, ніж на залізничному, а ключовою конкурентною перевагою залізничного транспорту залишається вартість транспортної послуги.

Існують різні підходи до визначення тарифів на контрактні перевезення і застосування найбільш ефективних з них дозволить залучити додаткові вантажопотоки, збільшити прибуток залізниць і підвищити конкурентоздатність залізничного транспорту на ринку вантажних перевезень.

УДК 656.23: 656.224

РЕБРЕНДІНГОВА СКЛАДОВА У СФЕРІ НАДАННЯ ПАСАЖИРСЬКИХ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПОСЛУГ

*Гудков О.М., к.е.н., перший заступник начальника
Головного управління приміських пасажирських
перевезень (Укрзалізниця),
Гулай О.С., аспірант (УкрДАСТ)*

Ребрендинг (від англ. rebranding) - це доволі активна маркетингова стратегія, яка включає комплекс заходів по відновленню брэнда компанії. Тобто під ребрендингом можна розуміти своєрідний «ремонт» іміджу пасажирських залізничних перевезень з малокомфортних, виключно соціальних до швидкісних та високосервісних.

Концентрація і використання основних фондів в тому, що залізничний транспорт в своїй діяльності здійснює перевізний процес. Його основна задача - задоволення потреби населення в переміщенні, домагаючись при цьому того, щоб ресурси за своїми якісними і вартісними характеристикам були придатні для виробництва конкуренто спроможної продукції. Але реально підприємство має можливість придбати лише доступні ресурси, маючи для цього обмежені кошти. А перед кожним видом транспорту, в умовах ринкової конкуренції, стоїть проблема використання з максимальною віддачею сильних сторін наявних ресурсів. На даний момент, такими ресурсами являється покращення сервісу, умов обслуговування та закупівля нового рухомого складу для високошвидкісного руху.

На даний момент організація перевізного процесу полягає у: виборі технології, технічному стан рухомого складу, створенні стимулів до праці, контролі якості та ін. Ефективним засобом покращення позиції на ринку, власне ребрендингу, є співпраця як з іншими видами транспорту, так і з промисловими підприємствами, бо якщо брати до уваги той факт, що роль приміського сполучення за

Радянських часів була першочергово - транспортування пасажирів із прилеглих територій на роботу до підприємства та навпаки, то зараз ця роль так і залишилась. Тому цей факт можна використовувати - домовлятися і співпрацювати з підприємствами, робітники яких користуються послугами залізничного транспорту і в інтересах не тільки залізниці, а й самого підприємства була б двостороння співпраця. В якості видів співпраці можна виділити кооперацію і концентрацію. Це важливо для приведення перевізних потужностей у відповідність з умовами праці і об'ємами перевезень, що змінюються.

Організація ж маркетингових комунікацій, що теж неухильно пов'язано з ребрендингом, полягає в тому, що транспортне підприємство повинно переконати цільову аудиторію в перевагах свого виду транспорту. Згідно статистичних даних, які були опубліковані, залізничним транспортом користуються 75 % усього населення України, з них 53% могли б скористатися послугами автобусних компаній, 5 % - маршрутними таксі, 1 % - послугами авіакомпаній. На питання, чому користуються саме залізничним видом транспорту, 75 % опитаних вважають цей вид транспорту найбезпечнішим, 61 % користуються ним через швидкість руху, і регулярність руху, також до уваги береться комфорт, який оцінили майже 43 % громадян, та низька ціна квитка - 37 %, 29 % відмітили, що їх влаштовує розклад руху поїздів. Також треба звернути увагу на склад контингенту - державним залізничним транспортом користуються: державні службовці та службовці - 38 %, пенсіонери - 65%.

Таким чином, залізничні пасажирські перевезення мають важливий вплив та економічне значення для населення та держави в цілому, тому застосування ребрендингових складових повинно внести новітні підходи та заходи для покращення позитивної оцінки функціонування пасажирських залізничних перевезень.

УДК 330.341.1:656.2(477)

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНІ ТРАНСПОРТНІ СИСТЕМИ ЯК ОСНОВА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТРАНСПОРТНОГО КОМПЛЕКСУ УКРАЇНИ

Дорофiєнко В.В., д.е.н., професор (ДонДУУ)

Сьогодні в стратегічному транспортному арсеналі держави в наявності розвинута система трубопроводів, мережа залізниць, повітряні траси, автомобільні шляхи у широтних та меридіональних напрямках. Загальна транспортна мережа України включає 46,3 тис. км магістральних трубопроводів, 21,655 тис. км залізничних колій та 165,8 тис. км