

незадоволених потреб та бажань певної групи споживачів і задоволення цих потреб ефективнішими, ніж у конкурентів, методами. Дана концепція по відношенню до залізничного транспорту передбачає:

- визначення і детальний аналіз ринку;
- пошук цільових сегментів;
- застосування комплексу дослідження ринкового середовища і конкуренції;
- визначення потреб споживачів.

Концепція маркетингу реалізується в умовах високого рівня життя і купівельної спроможності населення та передбачає досконале володіння інструментами маркетингу, що дає можливість вирішувати практичні проблеми відносно пасажирських перевезень. При реалізації маркетингової концепції зростає роль і маркетингових підрозділів залізниць, основною метою діяльності яких є розробка заходів щодо формування маркетингової політики залізничного підприємства, спрямованої на забезпечення

конкурентоспроможності залізничного транспорту і зміцнення його ринкових позицій.

Слід зазначити, що рішення, які впливають на ринкову орієнтацію підприємства, усі підрозділи повинні приймати на основі рекомендацій і за узгодженням з відділом маркетингу. У свою чергу, відділ маркетингу зобов'язаний надавати усім іншим підрозділам інформацію, необхідну для ринкової орієнтації їх діяльності.

Все це свідчить про те, що є необхідність в застосуванні маркетингової концепції на залізничному транспорті. Адже її застосування може призвести до розширення частки на даному ринку та оволодіння новими сегментами і нішами. Крім того, застосування маркетингової концепції в цілому підвищує роль відділів маркетингу на транспортному підприємстві.

УДК 656.07

В.О. Шведун
V.O. Shedun

ІНТЕГРАЦІЯ МЕТОДУ ЕКСПЕРТНИХ ОЦІНОК В ЗБАЛАНСОВАНУ СИСТЕМУ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ОЦІНКИ РІВНЯ ЯКОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

INTEGRATION OF EXPERTS' ESTIMATION METHOD TO THE BALANCED INDICATORS SYSTEM FOR TRANSPORT SERVICES' LEVEL ESTIMATION

На сучасному етапі в рамках управління якістю транспортних послуг використовуються як класичні, так і інноваційні підходи. Серед класичних методів найбільшого розповсюдження набули статистичні, зокрема: діаграма Парето, причинно-наслідкова діаграма Ісікаві, метод контрольних карт, діаграми розсіювання та розшарування, контрольний лист дефектів.

Серед інноваційних технологій оцінки якості, які можуть використовуватися для сфери транспортних послуг, доцільно

виділити такі, як інтегральний показник конкурентоспроможності, ABC-аналіз, системи витягування та виштовхування в логістичному менеджменті, системи загального управління якістю (TQM) та загального обслуговування устаткування (TPM), системи менеджменту якості KAIRYO та KAIZE, система "Упорядкування" (5S), концепція "Шість сигм" на основі циклу DMAIC, бенчмаркетинг, реінжиніринг, модульний підхід оцінки відповідності (МПОВ).

Крім того, використовуються специфічні моделі загальної якості або ділової досконалості EFQM, в основі яких лежить логіка постійного поліпшення RADAR.

Серед показників, що можуть впливати на якість послуг з перевезення пасажирів, традиційно виділяють такі: безпека, комфортність, швидкість, комплексність обслуговування, інформативність та вартість.

Проте вказаний перелік чинників не є вичерпним. Для того, щоб здійснити більш розгорнуту оцінку якості транспортних послуг, доцільно обирати індикатори якості стосовно таких напрямків: фактори макро-, мікро- та внутрішнього середовища

транспортного підприємства, а також перспективи його розвитку.

Кількість параметрів повинна бути близько 20–25, при цьому 20 % від них повинні належати до фінансових результатів діяльності підприємства, інші 20 % – до управління персоналом, решта 60 % – повинні бути пов'язані з маркетингом. Вагомість кожного з критеріїв пропонується визначати за допомогою методу експертних оцінок. В результаті буде отримано збалансовану систему показників (The Balanced Scorecard – BSC), яка дозволить в остаточному підсумку комплексно оцінити рівень якості транспортних послуг і підвищити сукупну ефективність функціонування транспортних підприємств.

УДК 330.322:656.2

О.Л. Васильєв, О.М. Лук'янова
O. Vasiliev, E. Lukanova

МЕТОДИ ФІНАНСУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ

METHODS OF FINANCING INVESTMENTS IN RAILWAYS

На залізничному транспорті можуть бути використані наступні методи фінансування інвестицій: самофінансування; державне фінансування; емісійне фінансування; позикове фінансування; лізинг; змішане фінансування.

Перераховані методи найбільш доцільно використовувати у наступних інвестиційних напрямках:

- відновлення та модернізація матеріально-технічної бази інфраструктури залізничного транспорту за рахунок самофінансування;

- здійснення простого й розширеного відтворення парку рухомого складу за рахунок інших методів фінансування.

Використання саме цих напрямків обумовлено тим, що залізничний транспорт не є досить привабливим для інвесторів через невисоку норму прибутку, інвестиційні проекти пов'язані з основною діяльністю залізниць мають тривалий період окупності, а також внаслідок державної приналежності магістральної залізничної мережі.