

МИНИСТЕРСТВО ТРАНСПОРТА И СВЯЗИ УКРАИНЫ

**ГОСУДАРСТВЕННАЯ АДМИНИСТРАЦИЯ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА УКРАИНЫ
(УКРЗАЛИЗНИЦЯ)**

**ДНЕПРОПЕТРОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА
ИМЕНИ АКАДЕМИКА В. ЛАЗАРЯНА**

**МАТЕРИАЛЫ
V Международной научно-практической
конференции
«ПРОБЛЕМЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ
НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ»**

—
ЭКУЖТ 2010

24-26 ноября 2010 года, г. Яремча

**Днепропетровск
2010**

Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте – ЭКУЖТ 2010: Тезисы докладов V Международной научной конференции. - Д.: ДНУЖТ, 2010 г. 265 с.

В сборнике рассматриваются материалы V Международной научной конференции «Проблемы экономики и управления на железнодорожном транспорте – ЭКУЖТ 2010». Изложенные материалы содержат постановку задач и их решение в научной и практической сфере экономики и управления на железнодорожном транспорте. Основной темой данного издания являются реформирование и развитие железнодорожного транспорта. Авторами тезисов являются ученые, специалисты-практики, аспиранты, представители государственных и коммерческих структур.

Сборник предназначен для научных работников, преподавателей, аспирантов, студентов и специалистов транспортной сети.

Редакционная коллегия:

Мямлин С. В. – д.т.н., профессор, проректор по научной работе Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Зубко А. П. – начальник Главного управления развития и технической политики Укрзалізничці

Сираков В. И. – начальник управления структурных преобразований Главного управления развития и технической политики Укрзалізничці

Кулаєв Ю. Ф. – д.э.н., профессор, профессор кафедры «Экономика и менеджмент» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Каламбет С. В. - д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Финансы и банковское дело» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Покотилов А. А. – д.э.н., профессор, заведующий кафедрой «Экономическая теория» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Скалозуб В. В. – д.т.н., профессор, заведующий кафедрой «Компьютерные информационные технологии» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Бараш Ю. С. – д.э.н., доцент, заведующий кафедрой «Учет, аудит и интеллектуальная собственность» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Гненний Н. В. – к.э.н., доцент, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент» Днепропетровского национального университета железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна (ДНУЖТ)

Куницкий С. В. – заместитель начальника отдела структурных преобразований Главного управления развития и технической политики Укрзалізничці

Адрес редакционной коллегии:

49010, г. Днепропетровск, ул. Акад. Лазаряна, 2, ДНУЖТ

Тезисы докладов печатаются в редакции авторов на языке оригинала.

© Государственная администрация железнодорожного транспорта Украины, 2010
© Днепропетровский национальный университет железнодорожного транспорта имени академика В. Лазаряна, 2010 г.

СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ

Рішення про вибір каналів руху товару - одне з найбільш складних питань, з якими доводиться мати справу при доставці товарів на ринок.

Актуальність транспортних проблем підтверджується тим, що до 50 % всіх витрат на логістику пов'язано з транспортними витратами. Крім того, транспортна логістика є одним із способів підвищення конкурентоспроможності вантажів.

Підприємству, фірмі, концерну при реалізації каналів розподілу готової продукції доводиться вирішувати комплекс питань, пов'язаних з доставкою, і в першу чергу, вибирати вид транспорту, методи організації перевезень і тип транспортних засобів. Як критерії при вибиранні транспортних засобів приймають: збереження вантажів, якнайкраще використання їх місткості і вантажопідйомності і зниження витрат на перевезення. Цим визначаються основні завдання транспортної логістики:

- вибір виду транспортних засобів;
- сумісне планування транспортного процесу з складським і виробничим;
- сумісне планування транспортних процесів на різних видах транспорту;
- забезпечення технологічної єдності транспортний-складського процесу;
- визначення раціональних маршрутів доставки.

Концепція логістичного управління невід'ємно пов'язана з концепцією маркетингу. Яка основними джерелами конкурентних переваг вважає активну інноваційну політику, використання сильних брендів, грамотну політику просування, сервісне обслуговування, а також ціну. В умовах низької купівельної спроможності переважної частини населення саме останній елемент стає одним з важливих чинників конкурентоспроможності підприємства у тому числі і на транспортному ринку. Рівень ціни визначається побудовою раціональних бізнес-процесів на підприємствах або ланцюжками створення цінностей, що забезпечується за допомогою логістики.

Концепція інтегрованої логістики, що з'явилася в 80-і роки, стверджує, що конкурують між собою не окремі підприємства, а їх логістичні ланцюжки. Тому для забезпечення конкурентних переваг необхідно, щоб всі учасники логістичного ланцюга розглядали логістику не як серію окремих видів діяльності, а як єдину інтегровану функцію, яка дозволить їм спільно працювати над отриманням максимально можливих результатів за умови мінімізації всіх видів витрат. Тільки таким чином буде забезпечено пропозицію товарів по нижчих цінах, не за рахунок зниження якості товарів, а за рахунок злагоджених дій всіх учасників каналу.

На наш погляд, найбільший ефект в забезпеченні конкурентної переваги підприємства на транспортному ринку буде досягнуто при інтеграції маркетингу і логістики, оскільки взаємодія маркетингу - як концепції управління, орієнтованої на ринок, і логістики, - як концепції управління, орієнтованої на потік, створює можливості підвищення товарної і інформаційної корисності і цінності транспортної послуги, що оцінюються покупцем.

Сучасна економіка створює виключно сприятливі умови для ефективного застосування логістики і маркетингу в її різних областях, що обумовлено рядом якісних змін соціально-економічних процесів в економіці:

1. прискорення НТП обумовлює появу нових галузей і виробництв, що приводить до різкого зростання нових галузей, скорочення життєвого циклу товарів і послуг;
2. виробництво все більше орієнтується на індивідуальні запити споживачів, вибрані сегменти ринку;
3. різко зростають вимоги до якості продукції з боку споживачів, що веде до переважання нецінової конкуренції;

4. досить поширена практика недобросовісного бізнесу підвищує рейтинг добросовісних постачальників і забезпечує їм достатнє тривале закріплення клієнтури;

5. зростає впливовість суспільних груп, які закликають підсилити соціальну відповідальність бізнесу.

Таким чином, найбільший синергічний ефект можна отримати тільки при вмілому використанні обох концепцій одночасно.

Стан системи маркетингової логістики багато в чому визначає вибір каналу розподілу. Вибрані канали безпосередньо впливають на швидкість, час, ефективність руху і збереження товарів при їх доставці в торгівельне підприємство. Вживаний при цьому вартісний аналіз логістики, направлений на зниження витрат обігу, може привести до зниження якості обслуговування. У свою чергу, якість обслуговування системи фізичного розподілу визначається швидкістю доставки; надійністю термінів постачання; здібністю системи до задоволення попиту. Здатність системи задовольняти попит і швидкість доставки взаємозв'язані: негайна реалізація попиту означає швидку доставку. Якісне обслуговування досягається прискоренням транспортування і передачі замовлення, а також потужністю складських площ. Ці моменти, що відносяться до маркетингу, підвищують витрати логістики.

Система маркетингової логістики залежить також від тактики збуту товарів. Перш за все, виникає необхідність вдосконалення збутової політики в цілях формування ринку і значного поліпшення асортименту товарів, що реалізовується. При розробці такої політики комерційні працівники повинні орієнтуватися на концепцію кризової логістики, поширеної на всю сферу комерційної діяльності підприємства. При цьому основний упор в логістичному аналізі повинен робитися на виявленні і обліку споживчих характеристик товару, систему управління товарними запасами, сервісні послуги, а також на визначенні їх залежності від ринкових чинників, тобто конкуренції, попиту на ринку, привабливості ринку, цін і ін.

Існують певні бізнес-процеси, ефективне управління якими можливо тільки при використанні механізмів інтеграції маркетингу і логістики. Це:

- формування бренду;
- розвиток відносин із споживачем, спрямованих на створення лояльності кінцевого споживача;
- вдосконалення відносин з постачальниками, тобто зміцнення взаємин, направлених угору по ланцюжку;
- управління ланцюжком постачань.

Маркетингова логістика забезпечує здійснення цих процесів на якісно новому рівні, дозволяє забезпечити повне розуміння потреб і запитів ринку і розробити стратегію, яка задовольнить як учасників логістичного ланцюга, так і кінцевих покупців.

Пасічник А. М., Кравчук С. С., Андрущенко В. О. ІМІТАЦІЙНЕ МОДЕЛЮВАННЯ РОБОТИ ВАНТАЖНОГО МИТНОГО КОМПЛЕКСУ	179
Пінчук О. П. ОПТИМІЗАЦІЯ РУХУ ПРИМІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПОЇЗДІВ ЗА РАХУНОК ВПРОВАДЖЕННЯ ЗОННОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ НАПРЯМКУ.....	181
Скалозуб В. В., Блохин Е. С. К ВОПРОСУ РЕАЛИЗАЦИИ РАСПИСАНИЯ ДВИЖЕНИЯ ПАССАЖИРСКИХ ПОЕЗДОВ СОКРАЩЕННЫМ ЧИСЛОМ СОСТАВОВ	184
Сначов М. П., Шигіда С. А. ПОШУК РЕЗЕРВІВ ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	185
Таранець О. І. ТЕХНІКО-ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА ВАРІАНТІВ АВТОМАТИЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ РОЗФОРМУВАННЯ СОСТАВІВ.....	186
Хорошун Н. В., Горб В. А. ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК СПОСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ	187
Швец О. М. МОДЕЛИ И МЕТОДЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКСПЛУАТАЦИИ ПАРКОВ ЭЛЕКТРОДВИГАТЕЛЕЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ СТРЕЛОЧНЫХ ПРИВОДОВ «ПО ТЕКУЩЕМУ СОСТОЯНИЮ».....	189
Шевченко А. І. ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ КООРДИНАЦІЇ ВІЙСЬКОВИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ В УМОВАХ СПІВРОБІТНИЦТВА З ОРГАНІЗАЦІЄЮ ПІВНІЧНОАТЛАНТИЧНОГО ДОГОВОРУ	190

Секція 8 "МАРКЕТИНГ І ЛОГІСТИКА НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ"

Зоріна О. І., Сиволовська О. В. СУТНІСТЬ І ЗНАЧЕННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ЛОГІСТИКИ В УМОВАХ СУЧАСНОГО ТРАНСПОРТНОГО РИНКУ	192
Зубенко В. О. ЛОГІСТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	194
Кисиличин Ю. В. ОПТИМІЗАЦІЯ ЗАПАСІВ ПІДПРИЄМСТВА	195
Крихтіна Ю. О. ЗАДАЧІ І РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ СТРАТЕГІЙ РУХУ ТОВАРУ	196
Лисьонкова Н. М. ВПЛИВ ЛОГІСТИКИ НА ТРАНСПОРТУ ГАЛУЗЬ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН	197
Манівчук В. В. РОЗВИТОК МЕРЕЖІ РЕГІОНАЛЬНИХ ТРАНСПОРТНО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ	199
Мельник Т. С., Христофор О. В. МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ СТВОРЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ЦІННОСТІ ТА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ПАСАЖИРСЬКОМУ ТРАНСПОРТІ.....	201
Окороков А. М. РОЛЬ ЛОГІСТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ	204
Сторожилова У. Л. ПЕРСПЕКТИВИ ЛОГІСТИЧНОГО УПРАВЛІННЯ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ	205

Секція 10 "МЕНЕДЖМЕНТ НА ЗАЛІЗНИЧНОМУ ТРАНСПОРТІ"

Бараш Ю. С., Марценюк Л. В. УПРАВЛІННЯ ПАРКАМИ ВАНТАЖНИХ ВАГОНІВ В УКРАЇНІ	207
Бобиль В. В., Клочко І. А. НАПРЯМКИ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	209
Божок А. Р. АЛЬТЕРНАТИВНІ ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ РАЦІОНАЛЬНОГО ВИКОРИСТАННЯ РУХОМОГО СКЛАДУ	210
Буковський А. В. АКТУАЛЬНІ АСПЕКТИ РОЗРОБКИ КОНЦЕПЦІЇ ПРОГРАМИ ПІДВИЩЕННЯ МОТИВАЦІЇ ДО ПРАЦІПРАЦІВНИКІВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ	212