

Веретеннікова Д. А.

Одеський національний університет ім. Ш.Мечникова

**ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАСАЖИРСЬКОГО
АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА: СПОЖИВАЧ ПОСЛУГ**

Транспорт є однією з найважливіших галузей суспільного виробництва, покликаний задовольняти потреби населення та виробництва в перевезеннях. Розвиток і

вдосконалення транспорту здійснюється відповідно до національної програми з урахуванням його пріоритету та на основі досягнень науково-технічного прогресу і забезпечується державою[1]. Розглянувши класифікацію транспортної системи різними дослідниками та єдину транспортну систему України, ми з'ясували, що дані класифікації не дозволяють зробити висновки які елементи транспортної системи здійснюють пасажирські перевезення, а які вантажні. А також класифікація транспортної системи, яку визначає законодавство, має декілька розбіжностей з тою класифікацією яку пропонує до розгляду Держкомстат України. Тому стає необхідним вдосконалення класифікації транспортної системи за видами перевізників виходячи з того, що кожний з них має свої особливості. В залежності від цілей організації управління! діяльністю транспорту надамо організаційно-функціональну характеристику транспортної системи. (Рис 1.) Згідно наданої таблиці можна побачити, що до складу транспортної системи яка здійснює пасажирські перевезення належать: транспорт загального користування за усіма елементами, відомчий транспорт та шляхи сполучення загального користування. А до транспортної системи, яка здійснює вантажні перевезення: транспорт загального користування, окрім міського електротранспорту, промисловий залізничний транспорт, трубопровідний та шляхи сполучення загального користування. Надана класифікація може допомогти чітко виявити особливості організації управління діяльністю окремого автотранспортного підприємства (далі - скорочено АТП) за його організаційно-функціональною характеристикою, які дозволять запобігти виникненню деяких витрат та збитків.



Рис. 1. Класифікація транспортної системи України згідно організаційно-функціональної характеристики транспорту

Аналіз етапів розвитку транспортної галузі за 2007 - 2008 роки характеризується зниженням обсягів перевезення пасажирів та пасажирообороту всіма видами транспорту, окрім автомобільного. В тенденції розвитку обсягів перевезення пасажирів та пасажирообороту автомобільним видом транспорту спостерігається певний підйом. Цей висновок зроблено за допомогою даних Держкомстату України. Аналіз відповідних показників розвитку сфери транспорту в теперішній час (на кінець 2009р.) свідчить про те, що тенденція зниження за всіма видами транспорту продовжується [6].

АТП має свої особливості при вантажних та пасажирських перевезеннях. АТП надають в основному нематеріальні послуги, які можна ще назвати - чистими послугами. Найбільшої уваги заслуговує на наш погляд - діяльність пасажирського АТП тому що воно, з точки зору організації управління, має більш складні ознаки. Послуги - пасажирські перевезення, які надаються таким підприємством, в основному неуречевлені, мають характеристики не тільки економічні, але і соціальні. Виходячи з цього проблема організації управління пасажирськими перевезеннями стає соціально-економічною. Тому необхідно ретельно вивчати поведінку потенційних споживачів послуг пасажирського автомобільного транспорту. Вивчення споживачів має головною ціллю розуміння їх потреб для забезпечення найбільш повного їх задоволення. Тому, необхідно виявити та проаналізувати вже сформовані потреби, вивчити закономірності їх розвитку та можливості формування нових потреб.

В науковій літературі виділяють два підходи до вивчення потреб. Перший підхід міститься в урахуванні законів розвитку суспільних потреб з доведенням цього знання до такої ступені конкретики, яка давала б можливість заздалегідь передбачити структуру потреб майбутнього. Другий підхід складається з вивчення суб'єктивних форм проявлення законів розвитку потреб. Складаються прогнози розвитку потреб на основі вивчення реальної поведінки споживача з наступним агрегуванням отриманих даних[2].

Потенційні споживачі послуг формують свої відповідні відносини до одягу, продукту харчування, музиці, політиці, релігії та багато іншого. Відносини сильно впливають на поведінку споживача, їх важко змінити, але обов'язково треба приймати до уваги при формуванні маркетингової політики, максимально її пристосовувати до відповідних відносин[4]. У зв'язку з тим, що предметом дослідження є діяльність пасажирського. Так як пасажирське АТП надає саме послуги, необхідно з'ясувати спільні та специфічні характеристики, які притаманні споживачам товарів та споживачам послуг. До спільних характеристик можна віднести: економічне та політичне становище країни, стиль життя, рівень освіти, якість наданого продукту, рівень і доступність цін, платоспроможність населення, відношення до масового або індивідуального споживання, рівень необхідності, місце проживання, стать, особисті якості споживача. До специфічних характеристик можна віднести: сезонність, комплексність наданих послуг (основні та супутні), адресність та точність доставки, диверси-

фікованість (оплата за послуги, розмір асортименту та інші).

Так як споживач - це головний об'єкт, на який направлена вся діяльність пасажирського АТП, тому всі дії управлінців повинні бути направлені на ретельне вивчення цього об'єкту. Враховуючі це, можливо надати визначення потенційного споживача послуг пасажирського АТП: „Потенційний споживач послуг пасажирського АТП - це фізична або юридична особа, якої притаманні свої специфічні характеристики і яка користується, або має намір користуватися, послугами цього підприємства”.

З цієї точки зору слід розглядати питання подальшого вдосконалення управління як окремих галузей у цілому, так і окремих транспортних підприємств, у тому числі одного з найважливіших видів транспорту - автомобільного. Деякі питання управління діяльністю АТП ставляться не тільки пасажирами, які використовують послуги АТП, а і самими керівниками цих підприємств. Таким чином, з'являється необхідність більш детального дослідження організації управління діяльністю пасажирського АТП з точки зору диверсифікації потреб споживачів.

Література:

1. Про автомобільний транспорт: Закон України від 05.04.01 №2344-111 [Електронний ресурс]// Правовая библиотека «ИНФОДИСК» - 1 електрон, опт. диск (CD- ROM); 12 см. - Систем. Требования: ПК не ниже 3-233, ОЗУ-32Мбс лиценз. ОС Windows 950SR2/98/NT SP6/2000/XP.
2. Голубков Е.П. Основы маркетинга. Учебник. / Голубков Евгений Петрович - М.: Издательство «Финпресс», 1999. - 656 с.
3. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг: Учебник./ Фатхутдинов Р.А. — М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. — 640 с.
4. Державний комітет статистики України, // <http://www.ukrstat.gov.ua> - офіційни сайт Державного комітету статистики України.