

Знання та оцінка важливості цих причин дозволяють, при проектуванні технології вирішення ситуаційних завдань логістичного управління санацією, обґрунтовано розподіляти ресурси бізнес-структур.

1. Бондарчук М.К. *Теоретико-методологічні засади розвитку структур підприємницького бізнесу з метою санації українських підприємств: [Розвиток субективосподарювання України: сучасні реалії та перспективи: колективна монографія] / за заг. ред. Л.М. Бандоріної, Л.М.Савчук. – Дніпро: Пороги, 2017. – 480 с.*
2. Крикавський Є.В. *Логістичне управління. Логістична стратегія // Економічна енциклопедія: У трьох томах. – К., 2001.*
3. Koziolok H. *Wirtschaftswachstum und Entwicklung der materiell-technischen Basis, Wirtschaftswissenschaft, Heft 3/1982.*
4. Gureev, A.G. (2001). *Bounds of Ruin Probabilities. Scandinavian Actuarial Journal, 2: – P. 181–190.*

Т.М. БОРИСОВА

Тернопільський національний економічний університет

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ КЛІЄНТООРІЄНТОВАНІСТІ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ М.ТЕРНОПІЛЬ

© Борисова Т.М., 2018

Проблема пошуку ефективних моделей управління діяльністю надавачів послуг міського громадського транспорту актуальна в умовах визнання інноваційності основним принципом стратегії економічного й соціального розвитку України. Розроблення напрямів посилення клієнтоорієнтованості послуг міського громадського транспорту в системі технологій спеціального економічного інструментарію муніципального менеджменту.

Значний внесок у розвиток теорії і методології управління маркетингою підприємств міського громадського транспорту зробили М. Др'омін, Н. Пономарьова, О.Криворучко, Г.Кучерук, О.Крісенко, Н. Попова, В. Перебийніс. Разом з тим недостатньо наукових праць висвітлюють вектори клієнторієнтованості надавачів послуг міського громадського транспорту України як важливого аспекту процесу економічного та соціального розвитку міст в умовах інтелектуалізації, інформатизації та загострення екологічних проблем.

Метою дослідження було виявити сучасний стан та напрями розвитку клієнтоорієнтованості суб'єктів сфери послуг міського громадського транспорту Тернополя порівняно із іншими містами обласного значення України. У січні-березні 2018 року автором було ініційовано дослідження сучасного стану розвитку міського громадського транспорту міст обласного значення України. З цією метою були надіслані запити про публічну інформацію відповідно до Закону України «Про доступ до публічної інформації» від 13.01.2011 № 2939-VI до всіх міських рад областей України окрім тимчасово окупованих територій. Аналіз отриманих відповідей від міських рад обласних центрів, котрі представляють всі регіони України (окрім тимчасово окупованих територій України) дозволив зробити наступні висновки.

По-перше, технічний стан парку транспортних засобів м. Тернопіль, як і більшості міст обласного значення України, є незадовільним. Так, в ході дослідження встановлено, що середній вік автобусів в загальному режимі м. Тернопіль – 9 років (по Україні – 8,5 років), маршрутних таксі – 9 років (по Україні – 12,7 років), троллейбусів – 25,5 років (по Україні – 21 рік). Для роботи на міських маршрутах м. Тернопіль залучено 25 автобусів в звичайному режимі, 172 автобуси в режимі маршрутних таксі та 56 троллейбусів. Найбільше автобусів у загальному режимі та режимі маршрутних таксі з розрахунку на 10 000

населення – у м. Кропивницький та м. Миколаїв (по 19,5 одиниць транспортних засобів), найменше – у Одесі (1,1 одиниці) та Вінниці (1,3 одиниці). У Тернополі на 10 000 жителів припадає 9 автобусів та 2,6 одиниць електротранспорту. Позитивна тенденція до зменшення кількості маломісткого автотранспорту на користь транспортних засобів великої пасажиромісткості виявлена у м.Вінниця, Дніпро, Київ, Львів, Харків, Суми, Ужгород, Полтава.

Через відсутність інформації від багатьох міських рад про пасажиромісткість транспортних засобів системи міського громадського транспорту та обладнання їх низькою підлогою порівняти, скільки пасажирів припадає на 1 пасажиромісце та чи є такі пристосування для перевезення людей з обмеженими фізичними можливостями вдалось лише в окремих містах. Так, у Черкасах низькою підлогою обладнані 17% автобусів та 60% тролейбусів, у Чернігові 23% тролейбусів, в Ужгороді жоден транспортний засіб міського громадського транспорту не має пристосування для перевезення людей з обмеженими фізичними можливостями, у Тернополі 5% тролейбусів і 1% автобусів мають низьку підлогу.

По-друге, екологічні вимоги до перевізників та контроль за якістю наданих послуг потребують належного дотримання і виконання. Серед вимог міської ради до претендентів-перевізників (учасників конкурсу на формування мережі міських автобусних маршрутів) щодо екологічності транспортних засобів 22% респондентів вказали ЄВРО-2, 13% респондентів зазначили ЄВРО-5, по 4% респондентів – ЄВРО-3 і ЄВРО-4, решту 13 міських рад не надали відповідь на це запитання. Отже, можна зробити висновок про низький пріоритет показника екологічності транспортних засобів серед вимог міських рад більшості міст обласного значення України до потенційних перевізників. Лише 48% опитаних підтвердили факт проведення міською радою перевірок якості послуг перевізників сфери міського громадського транспорту протягом 2015-2017 рр., 9% зазначили, що таких перевірок не проводилось, 43% респондентів не надали відповіді на це запитання (в т.ч. з м.Тернопіль).

По-третє, рівень тарифів на проїзд за видами міського громадського транспорту є неоднаковим і не кореспондує кількості жителів міста. Так, тарифи на проїзд в автобусах, які працюють у звичайному режимі, у містах Черкаси, Хмельницький, Ужгород, Луцьк, Кропивницький, Запоріжжя, Київ, Івано-Франківськ склали 4 грн., в Чернігові 4,5 грн., в Сумах і Вінниці 3,5 грн., у Львові, Полтаві, Тернополі – 5 грн., у Харкові 1 грн. Тарифи в автобусах, котрі працюють у режимі маршрутних таксі, коливаються від 4 грн. (Вінниця, Луцьк, Рівне, Херсон, Чернівці), 4,5 грн. (Кропивницький), 5 грн. (Тернопіль, Суми, Львів, Житомир) до 7 грн. (Одеса, Київ, Дніпро).

По-четверте, передумови для інформаційного забезпечення пасажирів міського громадського транспорту міст обласного значення України створюються досить активно. В умовах викликів цифрової економіки обладнання транспортних засобів системи міських перевезень радіоінформаційним обладнанням (GPS) та облаштування «розумних» зупинок є вимогою часу. Аналіз наданої інформації виявив, що рівень оснащення GPS транспорту комунальних перевізників більшості міст України приблизно такий, як і приватних: 82% автобусів в загальному режимі, 94,5% тролейбусів та 93,4% автобусів у режимі маршрутного таксі. У Тернополі 100% всіх видів засобів міського громадського транспорту обладнанні GPS-системами. Разом з тим, має місце проблема доступу до інформації від приватних перевізників. Відсутність інформації про стан оснащення транспортних засобів GPS у більшості міських рад виявляє проблему неналагодженої співпраці на місцях. Високий рівень оснащення транспортних засобів GPS створило передумови для підвищення рівня якості інформування клієнтів та створення умов для єдиної системи управління міськими маршрутами. Така система моніторингу станом на початок 2018 р. функціонувала у 8 містах, решту міських рад, у т.ч. Тернопільська, не надали інформації (27% опитаних) або вказали на її відсутність (36%).

«Розумна» зупинка – зупинка транспорту, яка щонайменше обладнана Wi-Fi бездротовим доступом до мережі Інтернет, USB та /або безконтактною зарядкою для телефону, електронним інформаційним табло. 70 «розумних» зупинок є у 11 містах України, проте в більшості з цих міст від двох до шести зупинок, де можна отримати інформацію про маршрути, рух автобусів яких

спрямовано через дану зупинку, а також прогнозований час прибуття. У Тернополі обладнано 6 «розумних» зупинок. Прикладом кращої практики є інформація з м. Ужгород, де встановлено 3 «розумні» зупинки, які обладнані безкоштовним Wi-Fi доступом для очікуючих, автоматичним табло прогнозування прибуття автобусів, світлодіодною підсвіткою назви зупинки, «тривожною кнопкою» із двостороннім зв'язком з диспетчером, USB-підзарядкою мобільних пристроїв, камерою відеонагляду.

Емпіричні дані, отримані в ході дослідження, підтвердили доцільність розвитку клієнто-орієнтованості надавачів послуг міського громадського транспорту у напрямках покращення якісного складу парку транспортних засобів (збільшення частки екологічного транспорту, оновлення парку транспортних засобів); посилення контролю міських рад за якістю послуг, котрі надають перевізники; інтенсифікація співпраці міських рад із представниками громадянського суспільства у рамках Закону України «Про доступ до публічної інформації»; збільшення кількості «розумних» зупинок.

Подальші дослідження будуть спрямовані на вироблення теоретичних та методологічних положень щодо обґрунтування нової парадигми інтеграції та координації екологічних, соціальних і економічних аспектів в межах муніципальної логістичної системи з метою екологоорієнтованого логістичного управління розвитком міста, зокрема його транспортної сфери.

О.Ю. БОЧКО, Н.В. ГАЙВАНОВИЧ

Національний університет "Львівська політехніка"

ІМПЛЕМЕНТАЦІЯ МАРКЕТИНГУ В МЕЖАХ INDUSTRY 4.0

© Бочко О.Ю., Гайванович Н.В., 2018

Технології сьогодні змінюють світ, що кожна людина тепер може поєднувати в собі кілька іпостасей: виробник, дизайнер, медіа, продавець – все в одній особі. Доцільно відмітити, що в таких умовах, для маркетологів нового типу все більше можливостей. Звичайно, Індустрія 4.0 і ті процеси, які вона за собою тягне, мають скоріше еволюційний, ніж революційний характер. Однак із кожним роком зміни набирають обертів, а отже, маркетинг також повинен змінюватися, бути інноваційним.

Вважаємо, що концепція маркетингової комбінації повинна розвиватися для збільшення кількості клієнтів з врахуванням індивідуального підходу до кожного із них та з врахуванням індивідуальних підходів до процесу купівлі-продажу. Маркетингова комбінація (чотири Р) повинна бути працювати паралельно до концепції чотири С (спільне створення, валюта, спільна активація та розмова). Така спільна комбінація 4 С та 4 Р дає змогу клієнтам налаштувати та персоналізувати продукти та послуги, формуючи нові пропозиції (деконструйовані).

Концепція ціноутворення розвивається в цифрову епоху від стандартизованого до динамічного ціноутворення. Динамічні гнучкі ціни, виходячи з ринкового попиту та використання виробничих потужностей, не є новими в деяких галузях. Але поліпшення технологій привело цю практику в інші галузі. Інтернет-магазини, наприклад, збирають величезну кількість даних, що дає їм змогу оперувати значним обсягом аналітичних даних, а відтак пропонувати унікальні ціни для кожного клієнта з врахуванням індивідуального підходу. Із таким підходом до процесів ціноутворення окремі підприємства можуть оптимізувати прибутковість. При цьому доцільно врахувати наявні моделі поведінки споживача, моделі покупки, логістичну систему та ін. аспекти роботи з клієнтами. У цифровій економіці ціна аналогічна валюті, яка коливається залежно від ринкового попиту.