

Энергохозяйство за рубежом. – 1992. – № 2. – С. 30-31.

12. Commercial customer, acceptance of demand-side management: conservation programs. George Stephen S. Prod. Energy Innovat: Proc. 3 rd. Great PG and Energy Expo, Oakland, Calif., Apr.30-May 2,1986: Oxford I.a., 1986

13. OECD: Enorme Energieum sparmoglichkeiten / Bohle Hermann // Umwelomagazin. – 1993. – № 4. – P. 58.

14. Submetering assists demand – side management / Paula Greg // Elec. World. – 1989. – 203. – № 8. – P. 28.

15. Гительман Л.Д. Энергетический бизнес : [уч. пособие] / Л.Д. Гительман, М.Е. Ратников. – : Дело, 2006. – 600 с.

16. Герасимчук В.Г. Стратегічне управління підприємством / Герасимчук В.Г. – К. : КНЕУ, 2000. – 360 с.

17. Судак И. Тарифообразование и расчеты на оптовом рынке электроэнергии Украины / Судак И., Романов А., Джафарова Е. // ТЭК. – 2000. – № 9. – С. 23-33.

18. Герасимчук В.И. Методы ценообразования на рынке электроэнергии / Герасимчук В.И., Серебрянников Б.С. // Международная научная конференция «Унитех'03», 20-21 ноября 2003. – Габрово : Университетское издательство «Васил Априлов», 2003. – Т. 2. – С. 90-93

Надійшла 03.09.2010

УДК 658:338.47(477)

Д. А. ВЕРЕТЕННИКОВА

Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова

## ПОСЛУГИ ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА: ВИЗНАЧЕННЯ, СПОЖИВАЧІ, СПЕЦИФІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ

*Автотранспортне підприємство має специфічні особливості при вантажних та пасажирських перевезеннях. Найбільшою уваги заслуговує, на наш погляд, діяльність пасажирського автотранспортного підприємства тому, що воно, з точки зору організації управління, має більш складні соціально-економічні ознаки. Тому необхідно ретельно вивчати поведінку потенційних споживачів послуг пасажирського автомобільного транспорту.*

*A motor transport enterprise has specific features at freight and passenger transportations. Deserves most attention in our view is activity of passenger motor transport enterprise because it, from the point of view of management, has more difficult socio-economic signs. It is therefore necessary carefully to study behavior of potential consumers of services of passenger motor transport.*

*Ключові слова: автотранспортне підприємство, організація управління, споживачі.*

**Вступ.** 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. В Україні відносини, пов'язані з діяльністю транспорту, регулюються Законами України „Про транспорт”, „Про автомобільний транспорт”, „Про дорожній рух”, кодексами (статутами) окремих видів транспорту, іншими актами законодавства України [5].

**Мета дослідження.** Розглянути особливості функціонування пасажирського автотранспортного підприємства, а також визначити специфічні характеристики його послуг та потенційних споживачів.

**Аналіз літературних джерел.** Значний внесок у вирішення проблеми функціонування пасажирського автотранспортного підприємства внесли такі вчені та спеціалісти, як Бернштейна Л.А. [2], Бедняк М.Н., Веліканов Д.П., Голубков Е.П. [3], Громов Н.Н. [4], Криворучко О.М., Персианов В.А. [4], Усков Н.С. [4], Фатхутдинов Р.А. [7].

**Постановка завдання.** Оскільки головна мета вивчення полягає у розумінні потреб для забезпечення найбільш повного їх задоволення, необхідно виявити та проаналізувати вже сформовані потреби, вивчити закономірності їх розвитку та можливості формування нових потреб. Необхідно також визначити послуги пасажирського автотранспортного підприємства, які мають свою специфіку, що притаманно лише сфері послуг.

**Результати.** Розглянемо більш детально єдину транспортну систему України. Транспорт не тільки здійснює перевезення у сфері обороту, але і обслуговує, насамперед, саме виробництво, працюючи всередині підприємства. Тому як вид господарської діяльності (переміщення взагалі) його можливо представити як систему, що складається з двох підсистем: транспорту загального та не загального користування (рис. 1). Транспорт загального користування - транспорт сфери обороту, який переміщає різні види продукції між виробником і споживачем. Тільки він може розглядатися в якості специфічної, як правило, комерційної та самостійної сфери матеріального виробництва [4, с. 19 – 20].

Транспорт організацій та приватних осіб переміщує сировину, матеріали та інші види продукції, які

ще не надійшли до сфери обороту, а також вантажі та виробничий персонал всередині підприємства. Ця частина транспорту як вид діяльності, може бути названа технологічним «внутрішньовиробничим» транспортом, а промисловий транспорт є його основною частиною. Технологічний транспорт виконує свої функції на стадії виробництва, працюючи, як правило, у складі того підприємства, яке він обслуговує. Тому технологічний транспорт в цілому не може розглядатися у якості самостійної галузі матеріального виробництва [4, с. 20].

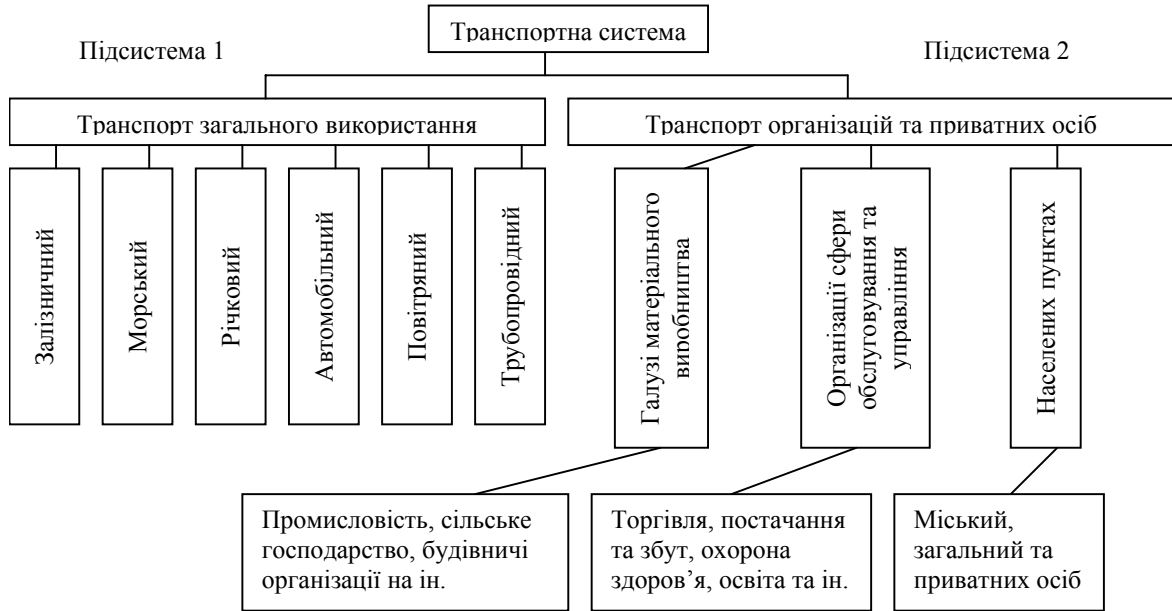


Рис. 1. Класифікація транспортних систем згідно зі структурно-функціональною характеристикою транспорту як міжгалузевого комплексу [4, с. 21]

Оскільки об'єктом транспортування можуть бути не тільки люди і об'єкти труда, але і енергія (еквівалентна певній кількості палива), то іноді до транспорту загального користування відносять газопроводи та лінії електропередач.

Згідно з даною схемою класифікації транспортної системи, автомобільний транспорт відноситься до підсистеми – транспорт загального користування.

Залежно від цілей економічного аналізу транспорт загального користування розділяється на (рис. 2):

- універсальний (наприклад, залізничний, водний, автомобільний, повітряний) та спеціалізований (трубопровідний, лінії електропередач);
- внутрішній (здійснює перевезення усередині) та зовнішній (звичайно морський, що здійснює перевезення не тільки усередині країни, але і за її кордонами);
- цілорічний (залізничний, автомобільний та ін.) та сезонний (внутрішній водний);
- магістральний (звичайно під ним розуміють транспорт загального користування) та немагістральний (промисловий транспорт) [4, с. 20].

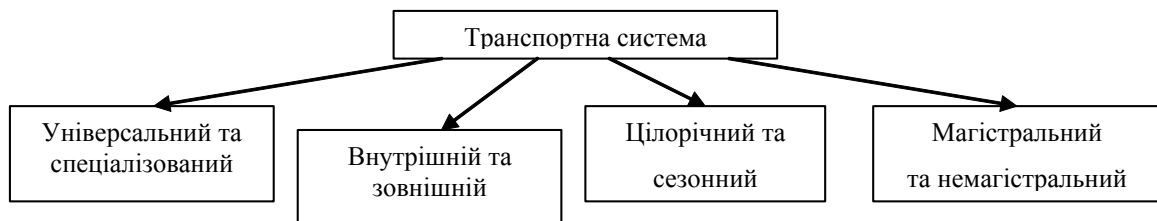


Рис. 2. Класифікація транспортної системи залежно від цілей економічного аналізу (транспорт загального користування)

Згідно з даною схемою автомобільний транспорт може бути універсальним, внутрішнім, цілорічним та сезонним, магістральним та немагістральним. Таким чином, автомобільний транспорт входить до всіх чотирьох класифікаційних блоків.

Класифікацію транспортної системи України згідно з діючим Законом України „Про транспорт” наведено на рис. 3 [1]. Згідно з наведеною схемою транспортна система поділяється на п'ять секторів, а саме: транспорт загального користування, промисловий залізничний транспорт, відомчий транспорт,

трубопровідний транспорт, шляхи сполучення загального користування. В свою чергу, перший сектор поділяється на шість видів транспорту, таких як: залізничний, морський, річковий, автомобільний, авіаційний та міський електротранспорт, в тому числі метрополітен. Таким чином, згідно з наведеною схемою автомобільний транспорт відноситься до транспорту загального користування.



Рис. 3. Класифікація транспортної системи України згідно з діючим законодавством [1]

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. А саме Держкомстат об'єднує морський і річковий транспорт до одного елемента – водний, а міський електротранспорт розподіляє на трамвайний, тролейбусний та метрополітен. Це ускладнює організацію управління перевізником. Тому стає необхідним вдосконалення класифікації транспортної системи за видами перевізників виходячи з того, що кожний з них має свої особливості. Залежно від цілей організації управління діяльністю транспорту надамо організаційно-функціональну характеристику транспортної системи (рис. 4).

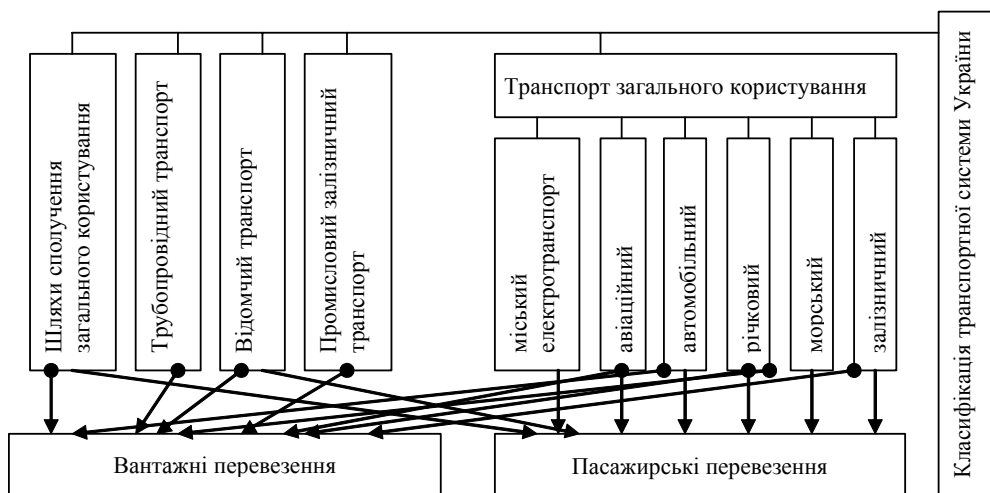


Рис. 4. Класифікація транспортної системи України згідно з організаційно-функціональною характеристикою транспорту

Згідно з наданою схемою 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.

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 складеної за офіційними статистичними даними таблиці (табл. 1).

Таблиця 1

**Показники розвитку вітчизняної транспортної системи за 2005 – 2009 роки**

Показники	Значення за роками				
	2005	2006	2007	2008	2009
Обсяг перевезень пасажирів, млн – усіма видами транспорту	4302,3	4453,9	8835,0	8331,2	7274,1
у тому числі					
автомобільним	3840,2	3987,8	4174,1	4368,7	4012,9
інші	462,1	466,1	4660,9	3962,5	3261,2
Пасажирооборот, млрд пас./км – усіма видами транспорту	111,4	116,3	144,4	147,3	130,1
у тому числі					
автомобільним	52,8	54,2	56,2	61,4	55,3
інші	58,6	62,1	88,2	85,9	74,8

Таблиця дозволяє проаналізувати динаміку обсягів пасажирських перевезень різними видами транспорту. Аналіз відповідних показників розвитку сфери транспорту (на кінець 2009 р.) свідчить про те, що тенденція до зниження показників за всіма видами транспорту продовжується.

Так, у 2009 р. послугами пасажирського транспорту скористалося на 12,7 % менше осіб, ніж у 2008 р, виконання пасажирської роботи скоротилося на 11,5% від обсягів 2008 р. [5].

Тенденція до зниження обсягів перевезень пасажирів та пасажирообороту у 2007 – 2008 роках не спостерігалась лише у автомобільному транспорті. Але показники розвитку цієї сфери у 2009 році свідчать, що така тенденція, вже розпочинається. Так, обсяги перевезень пасажирів підприємствами автомобільного транспорту (з урахуванням перевезень фізичними особами-підприємцями) за 2009 рік скористалися на 8,2% у порівнянні з 2008 роком. Перевезення пасажирів автотранспортом фізичних осіб-підприємців зменшилися на 9%. Це свідчить, що обсяги перевезення пасажирів та пасажирооборот автомобільним видом транспорту перестали зростати і почала знижуватися [5].

АТП має свої особливості при вантажних та пасажирських перевезеннях. Згідно з законом України „Про автомобільний транспорт” на практиці під вантажними перевезеннями розуміють перевезення вантажів вантажними автомобілями, а під пасажирськими – перевезення пасажирів легковими автомобілями або автобусами [1].

АТП надають в основному нематеріальні послуги, які можна ще назвати чистими послугами. Деякі дослідники-економісти вважають, що послуга — це специфічний продукт праці, яка не набуває речової форми і споживча вартість якого на відміну від речового продукту полягає в корисному ефекті живої праці. Наприклад, послуги лікаря, вчителя, актора, перукаря і тому подібне. Їх працю проводить певний продукт нематеріальної форми, який може бути об'єктом купівлі-продажу, предметом вжитку. Проте корисний ефект послуги не існує окремо від процесу її надання у вигляді якої-небудь речі. З цієї причини послуга на відміну від речового продукту праці не може бути накопичена, а процес її виробництва і вжитку в часі збігаються [8].

З точки зору дослідників-маркетологів, під чистою послугою розуміють таку категорію товару, що супроводжує послуга з метою підвищення його привабливості. Тобто основна послуга супроводжується другорядними товарами і послугами [6, с. 215].

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. Вантажним перевезенням притаманні технічні, технологічні, фінансові характеристики, але не присутні людські. Тому управляти саме пасажирськими перевезеннями набагато складніше, так як на них активно впливають соціальні характеристики (наприклад, харчування пасажирів, комфортні умови перевезення та інше). 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 такого ступеня конкретики, яка давала б можливість заздалегідь передбачити структуру потреб майбутнього. Одним із головних напрямків реалізації першого підходу є виявлення соціально-економічних законів, які визначають формування потреб. Згідно з цим законом зростає загальний об'єм потреб, які виражаються у збільшенні обсягів споживчих благ та послуг, покращується структура потреб, що проявляється у підвищенні частки нематеріальних потреб у порівнянні з матеріальними, духовних з фізичними і таке інше. Крім того, слід відмітити підвищення якості потреб людей до благ і послуг [3, с. 162].

Другий підхід складається з вивчення суб'єктивних форм прояву законів розвитку потреб. Складаються прогнози розвитку потреб на основі вивчення реальної поведінки споживача з наступним агрегуванням отриманих даних. З ціллю вивчення того, як оцінюються окремими споживачами різні блага та набори благ (системи наданих переваг), необхідно аналізувати попит на окремі товари та послуги та його зміни під впливом різних факторів. Слід відмітити деякі труднощі, які виникають при виявленні цих факторів навіть у потребах, які вже склалися. Принципові труднощі також виникають при виявленні майбутніх переваг, особливо якісно нових потреб [3, с. 163 – 168].

Потенційні споживачі послуг формують свої відповідні відносини до одягу, продукту харчування, музики, політики, релігії та багато іншого. Відносини – це стійка приємна або не приємна оцінка, відчуття та схильність до дій відносно певних предметів або ідей. 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 [7, с. 236 – 248].

У зв'язку з тим, що предметом дослідження є діяльність пасажирського АТП, головними споживачами послуг якого є людина або організація, необхідно ретельно вивчати їх поведінку та фактори, які впливають на неї. 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, диверсифікованість (оплата за послуги, розмір асортименту та інші).

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

**Висновки.** Таким чином, 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 пасажирями, які споживають послуги АТП, а і самими керівниками цих підприємств.

Під транспортними послугами розуміють діяльність, яка спрямована на задоволення потреб, виражених у формі попиту на перевезення вантажів та пасажирів, а також інших операцій пов'язаних з підготовкою й здійсненням перевізного процесу. До послуг підприємств автомобільного транспорту належать: перевізні послуги, технологічні послуги, інформаційні послуги, транспортно-експедиційні послуги, комерційні послуги.

Надання АТП різноманітних послуг (тобто їх диверсифікація) є досить корисним, особливо в період спаду пасажирообороту для виходу із кризової ситуації. В ринкових умовах АТП має обов'язково вивчати стан ринку, рівень попиту та пропозиції, можливості конкурентів та обумовлювати свою „нішу” на ринку транспортних послуг. Сьогодні, на ринку транспортних послуг, особливу увагу слід звернути на диверсифікацію діяльності АТП, що дозволяє акцентувати увагу найбільш повному різноманіттю потреб споживачів послуг АТП. Сюди слід віднести: вибір оптимального виду транспорту, підвищення якості перевезень, вдосконалення технічного та культурного обслуговування, вибір найприйнятнішого методу та форми оплати послуги та інше.

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-III [Електронний ресурс] //

Правовая библиотека «ИНФОДИСК» – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. Требования: ПК не ниже 3-233, ОЗУ-32Мбс лиценз. ОС Windows 95OSR2/98/NT SP6/2000/XP.

2. Бернштейна Л.А. Основы экономики автомобильного транспорта / [под ред. Бернштейна Л.А.]. – М. : Научно-техническое издательство Министерства автотранспорта и шоссейных дорог РСФСР, 1963. – 425 с.

3. Голубков Е.П. Основы маркетинга : [учебник] / Голубков Е.П. – М. : Издательство «Финпресс», 1999. – 656 с.

4. Менеджмент на транспорте : учеб. пособие для студ. ВУЗов / [Н.Н. Громов, В.А. Персианов, Н.С. Усков и др.]. – М. : Издательский центр «Аркадия», 2003. – 528 с.

5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.

6. Основы маркетинга / [Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.]; пер. с англ. – [2-е европ. изд.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2001. – 541 с.

7. Фатхутдинов Р.А. Стратегический маркетинг : [учебник] / Фатхутдинов Р.А. — М. : ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. — 640 с.

8. Экономическая энциклопедия / [гл. ред. Л.И. Абалкин] ; Ин-т экон. РАН;. — М. : ОАО Издательство «Экономика», 1999. – 1055 с.

Надійшла 06.09.2010

УДК 004.9:621.1

М. І. ГУБІНА

Хмельницький національний університет

## ВПРОВАДЖЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

*Надані методичні рекомендації щодо оцінки ефективності впровадження на машинобудівних підприємствах інноваційних інформаційних технологій. Розглянуто основні складові економічного ефекту від впровадження нових інформаційних технологій. Запроваджено загальну послідовність та формалізовані вирази для обчислення цих складових.*

*Production process control on an enterprise needs extraordinarily large array of information which characterizes both external and internal environment of enterprise. Only subject to the condition the properly organized informative providing, when to the managing organs and production subsections of enterprise operative, complete and reliable information acts about all of parameters of production process.*

*Ключові слова: інформаційні технології, економічний ефект, машинобудівні підприємства, інновації.*

**Вступ.** Сучасна економіка характеризується постійними технологічними змінами. Необхідність проведення таких змін є об'єктивно обумовленою, з одного боку, пришвидшенням темпів науково-технічного прогресу, а з іншого – потребою будь-якого суб'єкта господарювання забезпечити собі стійке становище та сталий розвиток в умовах динамічного ринкового середовища. Своєчасне проведення технологічних змін на машинобудівному підприємстві є одним з основних завдань, які постають при формуванні його технічного розвитку. Впровадження на підприємстві нових технологій потребує попередньої ретельної оцінки усіх можливих наслідків.

Проблемами впровадження нових інформаційних технологій на підприємствах займалися і займаються відомі вітчизняні та закордонні учені: Амоша О.І., Барташев Л.В., Буніч П.Г., Буркинський Б.В., Бутенко А.І., Голубев Ю.М., Захарченко В.І., Збарська Л.О., Лапко О.О., Патон Б.Є., Уткін Є.А., Чумаченко М.Г., Кейнс Дж.М., Гелбрейт Дж., Шумпетер Й. Однак багато питань на сучасному етапі залишаються невизначеними.

Особливістю розвитку економіки в останні десятиріччя є те, що предметом праці стала інформація, це зумовило появу нового типу технологій – інформаційних. На теперішній час ці технології стрімко розвиваються, відбувається їх вдосконалення, зокрема, шляхом впровадження нових, більш потужних засобів збору, оброблення, зберігання та передачі інформації.

**Актуальність** питання полягає в розробленні методики оцінки ефективності впровадження на підприємстві інноваційних інформаційних технологій, яка б враховувала специфіку цих технологій, їх відмінності від технологій виробництва продукції.

Основною **метою** цієї статті є розробка методичних рекомендацій щодо оцінки доцільності та ефективності впровадження на підприємстві інноваційних інформаційних технологій.

**Результати.** Впровадження інноваційних інформаційних технологій потребує необхідності вкладення більших обсягів інвестиційних ресурсів. Це зумовлено тим, що досконалі інформаційні технології базуються на використанні більш дорогого технічного та програмного забезпечення та можуть також вимагати й інших одноразових витрат, наприклад, витрат на налагодження необхідного устаткування, навчання персоналу користуватися ним тощо. Тому обґрунтування доцільності впровадження інноваційних