

## **ОЦЕНКА СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ НА ТРАНСПОРТНЫЕ УСЛУГИ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**

Ликвидация общего транспортного и экономического пространства в рамках бывшего СССР породила сложную систему тарифов, дополнительные операции, связанные с таможенным оформлением, взаиморасчетами за перевозки через экспедитора и т.п. Кроме того, некомпетентное регулирование тарифов государственными органами в части необоснованного сдерживания роста тарифов в условиях инфляции привело со стороны железнодорожного транспорта к поиску дополнительных источников дохода, что выразилось в появлении большого количества дополнительных сборов, часто необоснованных. Это усложнило коммерческую работу железнодорожного транспорта и окончательно запутало клиентов, которые со стороны железной дороги не всегда могут получить полные ответы о стоимости перевозки.

Выполненные маркетинговые обследования клиентов в части возможности увеличения объемов перевозок по железной дороге в случае предоставления скидок с тарифов показали, что все грузоотправители разделились на три группы:

к первой группе отнесены грузоотправители, которые могут увеличить объем перевозок грузов при предоставлении скидки с тарифа;

ко второй группе — у которых не будет увеличения объема перевозок грузов при предоставлении скидки с тарифа;

к третьей группе — неопределившиеся клиенты, которые в условиях сложной экономической ситуации не могут спрогнозировать сбыт своей продукции на рынке и по этой причине определить изменение объемов перевозок грузов железнодорожным транспортом.

Выполненный дальнейший анализ транспортного рынка для первой группы клиентов показал, что при небольшом увеличении объема перевозок (до 15 %) значения тарифных ставок, указанные грузоотправителями, выше допустимого значения ставок, рассчитанных исходя из себестоимости и минимальной рентабельности перевозок. При увеличении объема перевозок грузов на 15 и более процентов наблюдается обратная картина. В последнем случае покрыть дополнительные издержки железнодорожного транспорта можно за счет дотаций государства или применения прогрессивных схем доставки продукции от поставщика до потребителя.

<http://edoc.bseu.by>

*И.А. Еловой, А.А. Кухарчик, Е.В. Малиновский*  
БелГУТ (Гомель)

## **МАРКЕТИНГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ РАБОТНИКОВ БЕЛОРУССКОЙ ЖЕЛЕЗНОЙ ДОРОГИ**

Выполненные маркетинговые исследования показывают, что для грузовладельцев на первый план сейчас вышли такие качественные показатели перевозок, как сохранность грузов, своевременность их доставки, выполнение услуг в соответствии с условиями заключаемых договоров, реализация принципа доставки груза “от двери до двери” и

др. По большинству этих показателей железная дорога уступает своему основному конкуренту на рынке транспортных услуг — автомобильному транспорту. Поэтому даже при более низких, чем на автотранспорте, тарифах на перевозки Белорусская железная дорога не может существенно увеличить их объем.

Повышение конкурентоспособности железнодорожного транспорта, увеличение прибыли за счет обеспечения высокого качества транспортного обслуживания экономики республики, расширения перечня оказываемых грузовладельцам услуг должно базироваться на глубоких маркетинговых исследованиях. Повышение качества транспортного обслуживания включает в виде стратегических направлений не только улучшение качества выполнения некоторых традиционно осуществляемых железной дорогой операций и услуг (операции в процессе непосредственной перевозки, хранение грузов и погрузочно-разгрузочные работы на местах общего пользования и др.), но и освоение новых видов перевозок, новых технологических схем доставки продукции, обеспечение комплексности услуг вплоть до производства полного транспортно-экспедиционного обслуживания грузовладельцев.

Совершенствование маркетинговой деятельности становится одним из важнейших направлений совершенствования управления Белорусской железной дороги. Правильное определение направлений развития комплексного транспортного обслуживания грузовладельцев железной дорогой возможно лишь при наличии точной и своевременной информации об имеющихся потребностях клиентов в оказании определенного вида услуг.

В качестве основных выделяются следующие задачи: определение объема перевозок по родам грузов на перспективу; установление уровня конкурентоспособности железной дороги; определение перечня новых услуг, оказываемых клиентам, которые должны вписываться в деятельность железной дороги и наилучшим образом удовлетворять запросам грузовладельцев; расчет эффективности перевозок и выработка предложений по совершенствованию действующей системы тарифов и сборов; организация деятельности по рекламированию предлагаемых железной дорогой услуг и др.

Решение всех этих задач возможно на основе выполнения маркетинговых исследований общего состояния экономики республики, целей, стратегии и тактики деятельности конкурирующих видов транспорта, изучения номенклатуры и направлений перевозок грузов, в том числе и на перспективу, запросов клиентов, прогнозирования реакции грузовладельцев и конкурентов на определенные действия железной дороги. Практическая реализация этих направлений осуществляется путем обработки и анализа статистической информации, проведения опросов и анкетирования клиентов, сбора предложений и заявок грузовладельцев и т.д.

*А.Г. Ефименко*  
Белорусская сельскохозяйственная академия (Горки)

## **ЛОГИСТИКА И ПОВЫШЕНИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ**

В условиях становления рыночных отношений важное значение принадлежит эффективности функционирования сферы производства