



Добровольская Татьяна Сергеевна
 Магистрант БелГУТа
 Специальность – Экономика
 Научный руководитель – к.э.н., доцент, Быченко Ольга Григорьевна

«Проблема совершенствования иных видов деятельности на железной дороге»

ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время остается актуальной проблема повышения качества услуг на железнодорожном транспорте. Для того, чтобы поддерживать высокую конкурентоспособность, необходимо расширять ассортимент предоставляемых предприятием услуг. Для этого следует провести маркетинговые исследования, которые являются инструментарием маркетингового анализа; они имеют конкретную цель для организации на определенном временном интервале.

Любое транспортное предприятие помимо основной перевозочной деятельности осуществляет иные виды деятельности, которые также приносят доход предприятию. Данные виды деятельности необходимо развивать, выстраивать четкую маркетинговую концепцию, которая позволит извлечь больше прибыли от осуществления иных видов деятельности. Этого можно достичь путем проведения маркетинговых исследований, формирования стратегии и тактики предприятия с учетом реально существующих и потенциально возможных факторов и условий рынка. Для этого транспортная организация должна тщательно изучать меняющиеся интересы своих клиентов.

- **Актуальность темы** заключается в необходимости применения маркетингового анализа на транспорте при формировании платежеспособного спроса на услуги, предоставляемые транспортными организациями с целью обеспечения стабильного финансово-экономического положения
- **Целью исследования** является проведение маркетингового анализа услуг Гомельского вагонного участка, разработка мероприятий по формированию и расширению услуг предприятия и их продвижению на рынок.
- **Объектом исследования** является Гомельский вагонный участок.
- **Методы:** экономико-статистический, методы сравнения, ABC-анализ, XYZ-анализ.

Помимо обеспечения пассажирских перевозок, Гомельский вагонный участок предоставляет и дополнительные услуги, представленные в таблице 1.

Услуги вагонного участка, исключая перевозки пассажиров, не попадают под действие государственной поддержки. Данные услуги можно продвигать на рынок и расширять, используя рыночные рычаги.

Таблица 1 – Объем оказанных услуг ИВД за 2014-2018 гг.

Вид услуги i	Объем оказанных услуг Q _{it} , тыс руб					Итого Q _i , тыс руб
	2014 год	2015 год	2016 год	2017 год	2018 год	
1. Деятельность ресторанов	334	272	179	138	205	1128
2. Прочая розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков и рынков	328	322	293	290	318	1551
3. Ремонт, техническое обслуживание прочих транспортных средств и оборудования	6	5	9	9	6	35
4. Деятельность по созданию рекламы	2	2	2	2	2	10
5. Стирка, химическая чистка и окрашивание текстильных и меховых изделий	3	212	257	231	269	972
6. Сдача внаем собственного и арендуемого недвижимого имущества	1	1	2	1	2	7
7. Аренда и лизинг прочих машин, оборудования и материальных активов, не включенных в другие группировки	10	10	27	27	17	91
Итого Q_t, тыс. руб	684	824	769	698	819	3794

В ходе проведения *ABC анализа* были сделаны следующие выводы:

- услуги, относящиеся к группе А (прочая розничная торговля вне магазинов, палаток, киосков и рынков.) необходимо поддерживать на достаточно высоком уровне, а также стараться развивать уровень их оказания;
- услуги, относящиеся к группе В (предоставление услуг ресторанами) необходимо модернизировать, выделять для их совершенствования необходимые ресурсы для того, чтобы они обеспечивали стабильное получение прибыли;
- остальные услуги относятся к группе С, их оказание производится нерегулярно, а также весьма четко организовано, нет резервов для их развития и совершенствования.

Для наглядности анализа построен график зависимости кумуляты объема оказания услуги от ее вида.

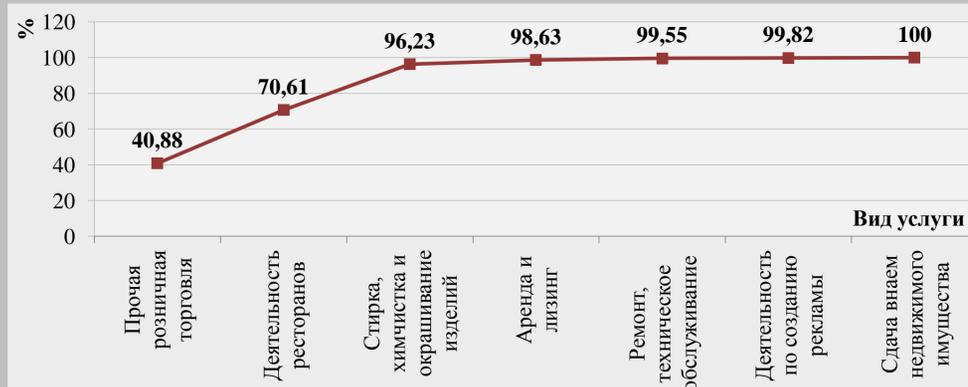


Рисунок 1 – График зависимости кумуляты объема оказания от вида услуги

В ходе исследований также был проведен *XYZ-анализ*, для чего был рассчитан коэффициент вариации.

Наложение результатов анализа XYZ на данные ABC-метода образует 9 групп товаров, для каждой из них необходимо использовать свои методы управления.

Таблица 2 – Матрица совмещенного ABC XYZ анализа

	X	Y	Z
A	2		
B			1
C	4		3,5,6,7

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Для групп AX необходимо тщательное планирование потребности, тщательный учет и контроль, постоянный анализ отклонений от запланированных показателей. Услуги AX потребляются много и стабильно. Для услуг категории BZ применяются укрупненные методы планирования, поддерживаются объемы продаж. Услуги CY, CZ – кандидаты на снятие с ассортимента предоставляемых услуг.

Услуги XC следует оставить, так как хоть суммарная стоимость составляет лишь 10%, но данная услуга характеризуется стабильной величиной потребления.

В связи с этим были разработаны мероприятия по формированию и расширению услуг, которые позволят повысить эффективность деятельности участка.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Быченко, О.Г. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие / под ред. О.Г. Быченко. – Гомель, БелГУТ, 2013. – 224 с.
2. Нифаева О. Оценка эффективности комплекса продвижения // Маркетинг. 2008. №4. С. 119-126.
3. Хамлова, О. ABC-анализ: методика проведения // «Управление компанией». – 2006.