

УДК 332.145

В.А.БАРДАКОВ, А.С.ВОРОНИН

Харьковская государственная академия городского хозяйства

ГЕОИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ УСЛУГ ГОРОДСКОГО ЭЛЕКТРИЧЕСКОГО ТРАНСПОРТА

Рассмотрены современная концепция маркетинговых исследований рынка транспортных услуг, визуальная и атрибутивная информация в ГИС-технологии, разработка маршрута, конкурентоспособность транспортной услуги, основные ее технико-экономические показатели.

Новая геоинформационная технология предложила принципиально новый набор способов анализа, принятия управленческих решений и отображения карт и данных, которые могут быть использованы в менеджменте и маркетинге городского электрического транспорта. С помощью ГИС-технологии решается задача нахождения оптимальной решений, поиска наилучших стратегических путей в многообразной практической деятельности предприятий с широким использованием географических данных.

В маркетинговых исследованиях рынка транспортных услуг троллейбусного депо использование картографической информации позволило:

- выявить потенциальных потребителей транспортных услуг,
- установить направления транспортного тяготения населения,
- запроектировать трассу нового троллейбусного маршрута,
- расположить места остановочных пунктов,
- рассчитать протяженность перегонов и маршрута в целом,
- отобразить особенности маршрута в визуальной информации.

Атрибутивная информация содержит обычную визуальную и невизуальную информацию, которая отображает основные технико-экономические и другие характеристики маршрута.

Визуальная информация:

размещение направлений движения автобусного и троллейбусного сообщения, железной дороги и их остановок; станций метрополитена, контактно-кабельной сети, депо, садово-огородных участков, поселков городского типа и др.

К карте сделана привязка и невизуальной информации: протяженность маршрута и перегонов, интервал движения, эксплуатационная скорость, наполнение троллейбуса, натуральный пробег, количество перевезенных пассажиров, себестоимость и тариф перевозки одного пассажира, чистый денежный поток, внутренняя норма доходности.



Рис.1— Фрагмент карты маршрута

Все эти возможности существенно повышают прикладную ценность ГИС-технологий, поскольку позволяют получить инструмент для объемной оценки динамических рядов показателей объектов по необходимым функциональным и качественным характеристикам.

Независимо от целей использования базовая карта ГИС имеет одинаковое значение для всех пользователей. Разнообразные картографические данные с размещением на местности связывает система координат. В свою очередь, она может быть также связана с идентификаторами размещения, которые определяют конкретные характеристики, приведенные картографическими данными.

В условиях рыночной экономики современная концепция маркетинга транспортных услуг заключается в ориентации на удовлетворение спроса целевых рынков и получение прибыли. Маркетинговые исследования рынка транспортных услуг, выполненные с применением ГИС-технологии, позволяют предложить открытие нового троллейбусного маршрута с целью доставки горожан на садово-огородные участки пригородной зоны.

Предполагается эксплуатация резервных троллейбусов, оборудованных дизель-генераторной установкой. Движение организуется на участке, не оснащенном контактно-кабельной сетью, что позволяет отказаться от строительства подстанций, кабельной и контактной сети, содержания обслуживающего персонала и дает возможность создать новые денежные потоки при низкой себестоимости услуг.

Оценка конкурентоспособности. На олигополистическом рынке конкуренты троллейбусного депо: автотранспортное предприятие, эксплуатирующее автобусы по данному маршруту, и электропоезда, отправляющиеся с пассажирской железнодорожной станции.

Оценка конкурентоспособности, выполненная методом панели, рейтинговой и экспертной оценки по тем же показателям, по которым оценивают услугу пассажиры, подтверждает конкурентоспособность троллейбусного маршрута (рис.2).

Основные сегменты потребительского рынка:

- *географический:* жители районов, прилегающих к маршрутам, а также владельцы садово-огородных участков в этом районе.
- *психографический:* потребители услуги лица низшего и среднего общественных классов, пользующиеся услугами городского пассажирского транспорта;
- *поведенческий:* степень готовности покупателя к восприятию услуги при поездке на садово-огородные участки при сезонном характере работ;
- *демографический:* возраст потребителя услуги не ограничен.

Для безубыточной деятельности нового маршрута необходимо перевезти 597 тыс.чел.

Себестоимость перевозки 1 пассажира – 0,39 грн., тариф – 0,50 грн./чел.

Чистый денежный поток – 87,4 тыс. грн.

Внутренняя норма доходности – 29%.

Эффективность использования ГИС-технологии состоит в сокращении времени на выполнение проектно-изыскательских работ, более полном использовании данных и повышении качества маркетинговых исследований рынка транспортных услуг.

Ориентация на целевые сегменты рынка, выявление потенциальных потребителей и удовлетворение их спроса позволяет формировать новые дополнительные денежные потоки, повысить коэффициент использования подвижного состава. Геоинформационная технология обеспечивает высокое качество и наглядность управления социальной инфраструктурой и природопользованием.

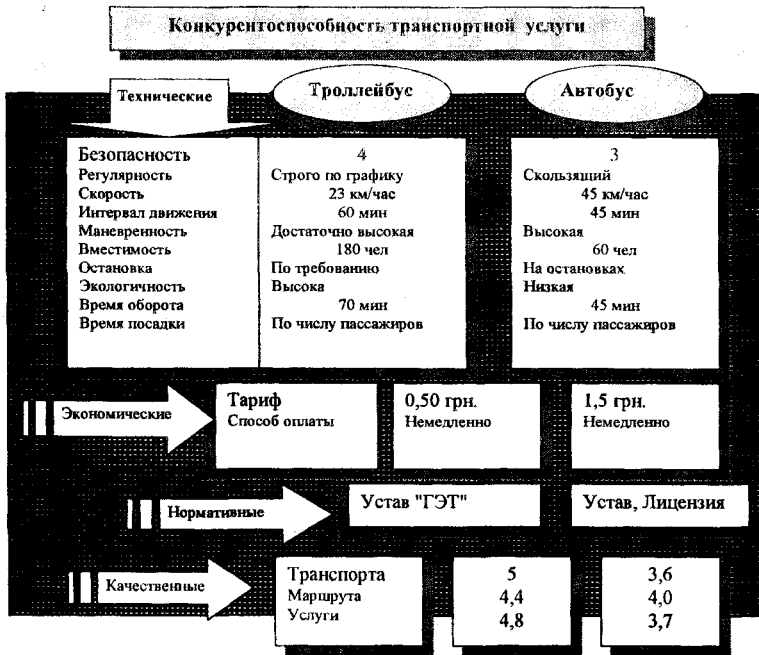


Рис.2 – Оценка конкурентоспособности

1. Дубровин А., Любченко В. и др Проблемы развития пассажирского транспорта крупного города // Экономика Украины. – 1996. – №1.
2. Шайкин В.И. Маркетинг транспортных услуг // Маркетинг. – 1996. – №5.
3. <http://www.dux-all.ru>.
4. <http://www.SOVETNIK.ru>
5. <http://www.delo.infobus.ru>
6. <http://www.pr-chance.kiev.ua>

Получено 22.01.2002

УДК 659(2)44 : 697.1

Т.М.ЛИТВИНА

Харьковская государственная академия городского хозяйства

ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ КАК ИНСТРУМЕНТ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ РАБОТЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОРГАНОВ В СФЕРЕ ТЕПЛОСБЕРЕЖЕНИЯ

Предлагается использовать географические информационные системы для создания базы данных городского жилого фонда, учитывающей тип ограждающих конструкций, их теплотехнические характеристики и затраты на отопление домов.