

## ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КОМПАНИИ

Препод. Н.Г. СМИРНЫХ

*Освещаются цели проведения маркетингового анализа на железнодорожном транспорте с учетом сложившейся ситуации на рынке. Приведены результаты анкетного опроса среди грузовладельцев. Указан порядок дальнейшего использования полученной информации.*

*The article is devoted to the purposes of the marketing analysis on the railway transport. The results of the survey by the questionnaire of the receivers of goods are given. The further application of the received information is also shown.*

Для всесторонней оценки прошлой и нынешней деятельности компании необходимо проведение маркетингового анализа, который позволяет планировать стратегию будущей работы на рынке. Предмет анализа — деятельность отдельных субъектов, процессы и явления на рынке, в обществе, рассматриваемые в динамике. Необходимость и важность маркетингового анализа можно рассмотреть на примере исследований, проведенных на железнодорожном транспорте [1].

В России, где наиболее весомую роль в транспортной системе играют железные дороги, экономические проблемы грузовых железнодорожных перевозок имеют особенно важное значение. Одни из них носят фундаментальный характер, другие связаны с формированием и развитием рыночных отношений. В связи с этим возникает необходимость пересмотра критериев оценки тех или иных процессов, принимать во внимание экономическую сторону явлений. Разрешение возникающих проблем требует ориентации перевозочного процесса на нужды грузовладельцев и удовлетворение платежеспособного спроса, повышение качества перевозок и эффективности использования производственных ресурсов [2].

ОАО «РЖД» — коммерческая организация, работающая в рыночных условиях, и поэтому должна постоянно заботиться об устойчивой и возрастающей доходной базе.

Отсюда задача — корпоративные планы и программы должны предусматривать активное влияние на расширение спроса на железнодорожные перевозки. Прежде всего, необходимо обеспечить достоверное прогнозирование изменений на рынке железнодорожных перевозок, четкое представление об угрозах и позитивных изменениях в их структуре, наиболее вероятных действиях конкурентов. В условиях растущей конкуренции важен анализ существующей ситуации на рынке перевозок и разработка мер, направленных на привлечение дополнительных объемов грузов на российские железные дороги.

Получить ответы на интересующие компанию вопросы возможно при условии использования анкетного метода экономического обследования запросов грузовладельцев в районе тяготения железной дороги. Опрос проводился среди предприятий, пользующихся услугами железнодорожного транспорта Юго-Восточной железной дороги. В процессе исследования выявлено следующее.

1. Основная часть клиентов занимается производственной деятельностью (70%), остальные — торгово-закупочной (рис. 1).



Рис. 1. Основные направления деятельности грузовладельцев

2. Основная форма собственности обслуживаемых предприятий — акционерная (46%), на государственную форму приходится 15% (рис. 2).

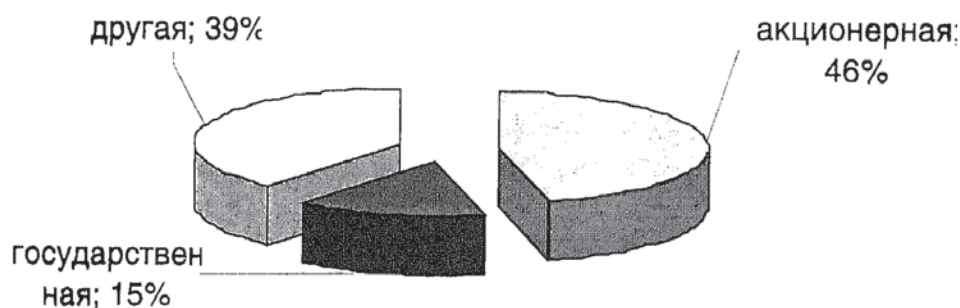


Рис. 2. Основная форма собственности обслуживаемых предприятий

3. Грузооборот предприятий, в основном, от 2 до 5 вагонов в сутки и лишь 20% имеют грузооборот более 10 вагонов (рис. 3).

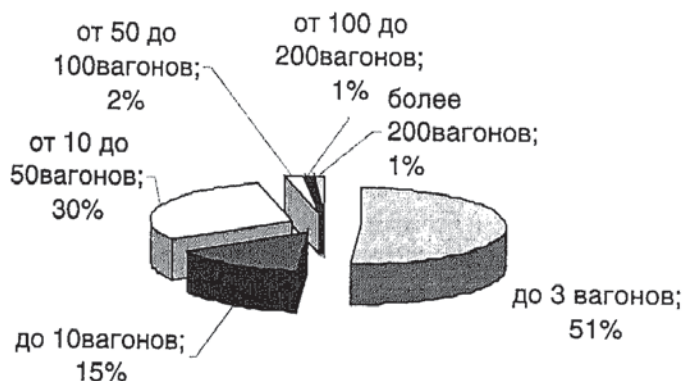


Рис. 3. Грузооборот предприятий (вагонов в сутки)

4. Более половины опрошенных пользователей железнодорожным транспортом осуществляют разовые перевозки автомобильным транспортом.

5. Отгрузка продукции в течение месяца осуществляется равномерно или круглосуточно и лишь 10% грузоотправителей осуществляет отгрузку с применением календарного планирования.

6. Перспективы железнодорожных перевозок продукции предприятий на 2006 год: 20% — рост объема перевозок, но основная часть осталась на уровне 2005 года (рис. 4).

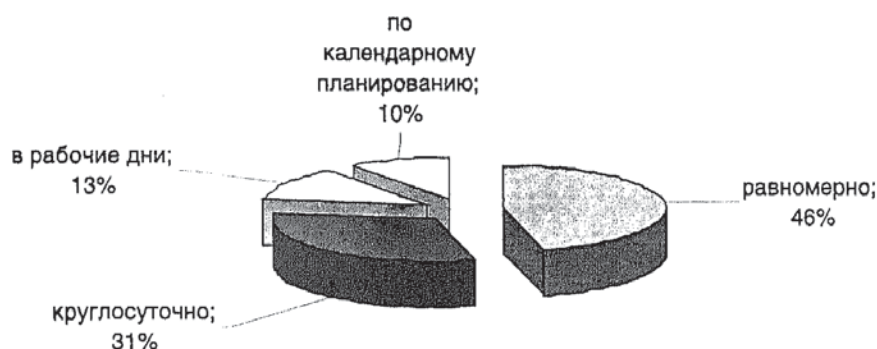


Рис. 4. Ритмичность отгрузки продукции предприятий

7. Наиболее значимыми аспектами в перевозочном процессе грузоотправители выделили следующие: стоимость перевозки; сохранность грузов; подача и уборка вагонов строго по графику; скорость доставки грузов.

К дополнительным услугам грузоотправители отнесли подачу и уборку вагонов и контейнеров строго по графику. Около половины предприятий испытывают потребность в консультациях по оформлению перевозочных документов, тарифам, способам крепления и вариантам перевозки грузов (рис. 5).



Рис. 5. Приоритеты грузовладельцев при осуществлении перевозок железнодорожным транспортом

8. 60% опрошенных предпочитают планировать перевозку грузов за три дня до начала перевозки; 20% — за 10 дней; 15% — за один день; 5% — за период более 10 дней. Прослеживается тенденция планирования перевозки грузов за короткий срок.

Привлекательность в других видах транспорта грузоотправители находят в следующем (рис. 6): стоимость доставки; скорость доставки; гибкость тарифной политики; бесперебойное обеспечение порожним транспортом.

9. Около половины опрошенных пользуются услугами других видов транспорта в корреспонденциях, где такие перевозки мог бы осуществлять железнодорожный транспорт.

10. В основном для перевозок по железным дорогам используется вагоны парка ОАО РЖД.

Результаты обработки таких анкет могут дать управлению или отделению дороги, станции погрузки массу информации для нужд маркетинга, планирования работы и развития предприятий железных дорог. Маркетинговые обследования районов тяготения железных дорог проводятся в целях более глубокого изучения транспортного рынка и определения потребностей и платежеспособного спроса на перевозки грузов и другие

транспортные услуги железнодорожного транспорта. Кроме того, выявляются запросы и пожелания грузовладельцев по качеству и условиям транспортного обслуживания, потенциальные возможности увеличения объемов перевозок и улучшения взаимодействия с пользователями транспортных услуг и другими видами транспорта.



Рис. 6. Предпочтение в выборе времени планирования до начала перевозки по железной дороге

Последовательное накопление информации по материалам маркетинговых обследований дает возможность быстро реагировать на динамику транспортного рынка. Данные обследования являются исходной базой для планирования грузовых перевозок и работы железных дорог.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шаповалов В. А. Маркетинговый анализ. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2005. — 120 с.
2. Мачерет Д. А., Чернигина И. А. Экономические проблемы грузовых железнодорожных перевозок. — М.: МЦФЭР, 2004. — 180 с.