



УДК 338

Смирнова Ирина Павловна, ст. преподаватель кафедры логистики и маркетинга, ФГБОУ ВО «ВГУВТ»

Машкина Елена Владимировна, студентка 3 курса, ФГБОУ ВО «ВГУВТ»

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Волжский государственный университет водного транспорта» (ФГБОУ ВО «ВГУВТ»)

603951, г. Нижний Новгород, ул. Нестерова, 5.

ФУНКЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСПОРТНОГО МАРКЕТИНГА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ключевые слова: маркетинг, транспортный маркетинг, маркетинговые исследования, особенности маркетинговых исследований на транспорте.

Аннотация. В статье рассмотрены основные функции и направления маркетинга на рынке транспортных услуг. Выявлены особенности транспортного маркетинга и основные направления, и функции современных маркетинговых исследований на транспорте.

Транспорт – это, несомненно, неотъемлемая часть социально-экономической структуры общества. Именно поэтому он должен определенным образом реагировать на изменения в управлении экономикой страны.

Маркетинг на транспорте является особой системой маркетинга. Он представляет собой своеобразный механизм ведения хозяйства на предприятиях в сфере транспорта и его функции, и формы напрямую зависят от вида услуг, предоставляемых транспортным предприятием, а также от вида самого транспорта, который будет предоставлять определенный вид услуг.

Транспортный маркетинг, как и маркетинг в целом, направлен на удовлетворение потребностей потребителя с помощью создания таких условий для реализации своей продукции, которые бы смогли наиболее полно и качественно удовлетворить клиента. Так как основной продукцией предприятий в транспортной сфере является перемещение из точки А в точку Б груза или пассажиров, то основной упор в транспортном маркетинге делается именно на достижение максимального эффекта от транспортировки и услуг, связанных с ней.

Для определения потребностей потребителя в маркетинге применяются различные исследования.

Можно выделить основные направления и функции современных маркетинговых исследований на транспорте, обратившись к функциям маркетинга в целом.

- Исследования рынка по специфике транспорта в целом;
- Наблюдение и анализ экономики различных районов для определения потенциальных потребителей и спроса на обслуживание транспортом в целом;
- Выработка плана и стратегии на долгосрочный период самого предприятия, занимающегося транспортировкой и транспортом в целом;

Материалы научно-методической конференции профессорско-преподавательского состава, аспирантов и студентов

- Работа с ассортиментом транспортной продукции, его расширение и улучшение;
- Расчет и разработка тарифов, анализ ценовой политики;
- Анализ и выработка политики сбыта транспортных услуг;
- Работа в направлении коммуникационной политики по стимулированию спроса на услуги транспорта;
- Контроль и определение эффективности проведенных маркетинговых исследований и деятельности в целом [1].

Несомненно, каждый вид транспорта имеет свою специфику оказания услуг, именно поэтому все эти перечисленные функции и конкретные методы будут различаться в разной степени для определенного вида транспорта. Так, например, на железнодорожном транспорте проводятся исследования системы скидок и надбавок по тарифу, изучаются грузо- и пассажиропотоки и т.п. На основе результатов маркетинговых исследований проводилась оптимизация транспортно-экономических связей и планирование перегрузок, разрабатывались и реализовывались отдельные мероприятия по повышению качества перевозок и транспортного обслуживания получателей железнодорожных услуг. На воздушном и морском транспорте, работающих на международных рынках, использовались маркетинговые подходы к формированию тарифной политики и сервиса обслуживания [2].

Особенности нашей страны также диктуют определенные специфические направления и методы развития маркетинговой деятельности на транспорте. Так, например, в России постоянно ощущается дефицит ресурсов транспорта, начиная с самой известной проблемы - недостатка дорог и их качества, заканчивая нехваткой отдельных видов подвижных составов, контейнеров и городского транспорта. Тем самым, это способствует возникновению потребности у предприятий транспорта в завоевании рынков сбыта, расширению зон транспортного обслуживания и привлечению дополнительной клиентуры с помощью конкретных разработанных методов и направлений маркетинговой деятельности.

Список литературы:

- [1] Тойменцева И.А., Плотников А.П. Маркетинг на рынке транспортных услуг// Организационно-экономические и инновационно-технологические проблемы модернизации экономики России. Сборник статей VIII Международной научно-практической конференции. - 2018. - С. 115-119.
- [2] Тагиров Ш.М., Омаров З.З. Роль маркетинговой деятельности в трансформации рынка транспортных услуг// Практика использования концепции маркетинга предприятиями и предпринимательскими структурами. Всероссийская научно-практическая конференция. - 2016. - С. 139-146.

THE FUNCTIONS AND DIRECTION OF TRANSPORT OF MARKETING IN MODERN CONDITIONS

Irina P. Smirnova, Elena V. Mashkina

Key words: marketing, transport marketing, marketing researches, features of marketing researches on transport.

Annotation. The article describes the main functions and directions of marketing in the market of transport services. The features of transport marketing and the main directions and functions of modern marketing research in transport are revealed.