

МАРКЕТИНГОВЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ ПРИМІСЬКИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ СУМСЬКОЇ ОБЛАСТІ

О.А. Біловодська, Ю.І. Сухонос
Сумський державний університет, м. Суми

У роботі авторами висвітлено методика проведення якісних та кількісних маркетингових досліджень, відображено результати виконаного власного дослідження ринку приміських пасажирських перевезень Охтирського району Сумської області, на основі чого надано рекомендації щодо впровадження додаткових транспортних маршрутів за визначеними напрямками, які дозволяють вирішити основні існуючі проблеми для населення та підвищити привабливість здійснюваної діяльності для приватних підприємців-перевізників.

ВСТУП

Проблема транспортних перевезень жителів сільських населених пунктів є достатньо актуальною на сьогодні, адже багато населених пунктів знаходяться далеко від центрального шосе і це потребує додаткових витрат для підприємців, що займаються перевезеннями пасажирів. Існує також проблема зручності переїзду, що викликана невеликою кількістю пасажирських рейсів та високим попитом на даний вид послуг.

Вітчизняні та закордонні компанії, наприклад, TNS Ukraine, GfK Group та ін., застосовуючи сучасні інструменти маркетингових досліджень, виконують кабінетні та польові дослідження ринку транспортних послуг і отримують результати, що можуть бути використані не тільки для більш ефективного задоволення запитів споживачів, а і для виявлення нових потреб.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою роботи є аналіз стану та проведення кількісних і якісних маркетингових досліджень ринку приміських пасажирських перевезень Сумської області.

Об'єктом дослідження є населені пункти Охтирського району: с. Мала Павлівка та с. Комиші, оскільки вони знаходяться поряд та мають одні й ті самі напрямки транспортного сполучення.

РЕЗУЛЬТАТИ

1 Проведення кількісного дослідження транспортних перевезень в Охтирському районі Сумської області будемо здійснювати методом анкетування за такою схемою.

1 Аналіз стану пасажирських перевезень

Для визначення проблеми даного дослідження наведемо коротку характеристику стану пасажирських перевезень сільських населених пунктів Охтирського району, зокрема сіл Малої Павлівки та Комишів. Аналізувати будемо за напрямками, за якими найчастіше здійснюються поїздки.

До міста Охтирки встановлені такі рейси: 7.00 – Охтирка-Грунь, 9.00 -Охтирка-Грунь. Також до Охтирки можна дістатися більш дальніми рейсами, в основному які слідують до міста Суми. Це маршрут Суми-Комиші (безпосередньо через Малу Павлівку), час відправлення - 6.55 та 11.30.

Існують також дальні маршрути, які безпосередньо проходять через названі населені пункти, це: Суми-Миколаїв - 6.55; Харків-Зіньків – 7.45; Суми-Полтава – 12.30; Кіровоград-Суми – 15.30. Але при цьому

виникають деякі труднощі, пов'язані з існуванням додаткових проблем – дані рейси проходять поза населеним пунктом по транзитному шосе та існує ймовірність того, що рейс буде перевантажений.

Таким чином, досить доцільним є проведення дослідження стану транспортних послуг зазначених населених пунктів і при цьому, визначити, чи задовольняє такий рівень перевезень жителів, з'ясувати основні їх потреби та вимоги щодо даного виду послуг.

2 Формування проблеми

Проблема транспортних перевезень у сільських населених пунктах є достатньо актуальною проблемою навіть на сьогодні, коли, здавалося б, здійснюється безліч рейсів з будь-якого населеного пункту України.

Але це стосується насамперед рейсів безпосередньо міст, а сільські жителі не завжди мають змогу дістатися до потрібного напрямку зручно та швидко.

Багато населених пунктів, зокрема с. Комиші знаходиться далеко від центрального шосе, що викликає додаткові транспортні проблеми. І не завжди дальні рейси мають змогу взяти додаткову кількість пасажирів, особливо у святкові дні та дні, коли студенти масово їдуть на навчання. Існує також проблема зручності переїзду, що викликана невеликою кількістю пасажирських рейсів та високим попитом на даний вид послуг.

3 Визначення мети та завдань дослідження

Метою дослідження є вивчення того, чи дійсно постає проблема у сфері транспортних послуг даних населених пунктів та визначення можливих шляхів її вирішення.

Серед завдань можна виділити такі:

- 1) оцінка ситуації, яка склалася у сфері транспортних перевезень у зазначених населених пунктах;
- 2) визначення основних проблем, які існують;
- 3) виділення серед населення цільової аудиторії та дослідження залежно від цього вимог і побажань щодо надання послуг у сфері транспорту;
- 4) дослідження найбільш необхідних (проблематичних) напрямків здійснення поїздок до попередньо визначених міських населених пунктів.

4 Вибір методу одержання даних

Для збору необхідної маркетингової інформації було застосовано 2 основні методи одержання даних:

1) Метод кабінетних досліджень (збір вторинної інформації): робота з статистичними документами - збір інформації про населення сіл Малої Павлівки та Комишів, аналіз вікових характеристик різних категорій населення.

2) Метод польових досліджень (збір первинної інформації): збір необхідних даних у ході проведення безпосереднього анкетування респондентів.

Опитування, що проводилося, можна охарактеризувати як структуроване, закрите опитування. Це означає, що потенційні споживачі відповідали на одні й ті самі запитання, надавалися варіанти відповіді. Був обраний один із способів опитування – анкетування. Це пояснюється тим, що саме за допомогою анкетування можна зібрати великі обсяги інформації при відносно незначних витратах. Визначення респондентів здійснювалося за допомогою неповторної ймовірнісної типової вибірки.

Хоча опитування передбачає суттєві витрати коштів та часу, можливість ризику самостійного корегування інтерв'юером отриманих результатів, але в той самий час інтерв'юер може пояснити незрозумілі моменти в анкеті, існує можливість отримання більш детальної

інформації, можливість використання більш об'ємних опитувальних листів, респонденти частіше відповідають на запитання особистого характеру.

5 Визначення цільової аудиторії

а) Формування поля дослідження

Об'єктом дослідження є споживачі або особи, які користуються послугами транспортних пасажирських міжміських перевезень. Враховуючи те що в селі Мала Павлівка проживає 2750 чоловік, а в селі Комиші – 2500 чоловік, загальна кількість жителів становить 5250 чоловік. Слід враховувати, що постійно послугами транспорту користуються жителі цих населених пунктів, а саме: учні-випускники школи (14-15 років, що здійснюють поїздки до місця навчання – гімназій, ліцеїв); студенти, що навчаються в обласних центрах (у районному центрі – м. Охтирка - немає можливості навчатися в вузі III-IV рівня акредитації на стаціонарному відділенні); жителі сіл, що здійснюють незаплановані поїздки до цих населених пунктів за різних обставин.

Цільова аудиторія дослідження становить 3675 чоловік (70% населення) – це особи у віці від 14 років чоловічої та жіночої статі.

Генеральна сукупність, цільова аудиторія (N) становить 3675 чоловік, обсяг вибірки (n) - 100 чол. Обсяг вибірки розраховуємо для визначення кількості респондентів (опитуваних), для чого були використані ймовірнісні (випадкові) методи формування її структури. Формуємо вибірку методом типової вибірки (стратифікованої), яка використовується тоді, коли відомо, що у виборці існують підгрупи з різними і навіть альтернативними поглядами. Обсяг вибірки визначаємо за допомогою статистичного аналізу і визначення вимог до надійності та достовірності вибіркової сукупності. Проведемо безповторний відбір для середньої вибірки, що є більш точним. При цьому похибка дослідження проводиться у більш стислі строки репрезентативності – з мінімальними трудовими і матеріальними витратами за допомогою формули [1, 2]:

$$\Delta_x = t \times \sqrt{\frac{\sigma^2}{n} \times \left(1 - \frac{n}{N}\right)}. \quad (1)$$

У нашому випадку σ отримана виходячи з попередніх досліджень і становить 0,23, що було підраховано, виходячи з формули [1, 2]:

$$n = \frac{t^2 * \sigma_{cp}^2 * N}{\Delta_x^2 * N + t^2 * \sigma_{cp}^2} \quad (2)$$

Особливість підрахунку полягає у тому, що все населення було поділене на групи. Дисперсію знаходили за кожною групою окремо, а потім виводили середнє арифметичне.

б) Розподіл населення за віком, статтю

Усю цільову аудиторію при проведенні маркетингового дослідження було поділено на групи за родом занять, статтю та віком. 53% всієї генеральної сукупності за статтю становлять жінки (53 чол.) та 47% – чоловіки (47 чол.).

При цьому групи жінок та чоловіків діляться ще на 5 груп за віком:

Жінки:

- 1) до 18 років - становить 10% від загальної кількості ;
- 2) від 18-24 років – 14%;
- 3) 25-40 років – 12% ,
- 4) 41-60 – 9%;
- 5) старше 60 років – 8%.

- | | | | | |
|--|---|---|---|---|
| Ціна проїзду | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Можливість доїхати до пункту призначення без пересадок | 1 | 2 | 3 | 4 |
6. Вкажіть мету поїздок до зазначеного напрямку:

До місця роботи	До місця навчання	Незаплановані поїздки	(зазначте)
-----------------	-------------------	-----------------------	------------

7. Вкажіть, рід ваших занять:

Студент	Учень	Працюючий	Безробітний
---------	-------	-----------	-------------

8. Ваша стать:

Чоловіча	Жіноча
----------	--------

9. Ваш вік:

До 18 років	18 – 24	25 – 40	41 – 60	старше 60
-------------	---------	---------	---------	-----------

У ході анкетування було опитано 100 респондентів – жителів сільських населених пунктів сіл Малої Павлівки та Комишів Охтирського району у віці від 14 років. Причому чітко визначено групи респондентів за статтю, віком та родом занять.

7 Розроблення механізму проведення дослідження

Розглянемо та розробимо механізм проведення даного дослідження. Ураховуючи невеликий обсяг вибірки, опитування буде проводити 2 інтерв'юери: один інтерв'юер протягом дня у селі Мала Павлівка буде проводити опитування як на вулиці, так і опитуватиме цільову аудиторію у будинках (за один день один інтерв'юер повинен опитати приблизно 50 чол.); інший інтерв'юер буде проводити опитування в селі Комиші.

Інтерв'юерами будуть жителі зазначених населених пунктів, які добре знають місцевість та на достатньо високому рівні володіють інформацією про цільову аудиторію. Перед проведенням опитування вони будуть додатково проінформовані про вимоги щодо умов проведення дослідження.

Розроблення механізму проведення дослідження передбачає визначення таких витрат на проведення дослідження:

1) За кожне питання анкети інтерв'юер отримує 0,2 грн. Анкета містить в собі 9 питань, тому за кожну заповнену анкету інтерв'юер отримає 1,80 грн за кожного опитуваного;

2) Кількість надрукованих анкет становить 100 екземплярів, на це затрачено 50 аркушів розміру А4. Витрати на друк становлять: $50 \cdot 0,15 = 7,5$ грн.

8 Підготовка до проведення дослідження

При проведенні дослідження за допомогою анкетування необхідно спочатку провести пробне дослідження, яке дозволить виявити помилки та недоречності у питаннях. Тому після розроблення механізму проведення опитування і розроблення опитувального листа було проведено пробне опитування 10 чоловік різного віку та статі.

При проведенні пробного дослідження респондентами було вибрано випадкових жителів, які входили до цільової аудиторії. Це дало змогу по-іншому сформулювати деякі запитання та скоригувати їх так, щоб було більш зрозуміло та запитання не розумілися двояко.

Після проведення пробного дослідження всі необхідні 100 анкет було роздруковано, додатково було надруковано 4 анкети. Вартість друку додаткової кількості анкет становить 0,6 грн.

Ураховуючи всі види витрати на проведення опитування, можна визначити загальну їх суму: $90 \cdot 2 + 7,5 + 0,6 = 188,1$ (грн).

9 Проведення дослідження

Дане маркетингове дослідження проводилося двома інтерв'юерами протягом дня з 9-й до 12-00 та з 13-00 до 19-00 години вечора.

Після проведення дослідження необхідно розрахувати похибку, що дозволяє розрахувати відсоток респондентів, які недостатньо чітко відповідали на запитання.

Визначимо граничну похибку простої випадкової вибірки для середньої величини безповторним методом відбору за формулою 1:

$$N = 3675 \text{ чол. (особи у віці від 15 років); } p=0,954; n=100$$

$$\Delta_x = \sqrt{\frac{0,23^2}{100} \times \left(1 - \frac{100}{3675}\right)} = 2,26\%$$

Ураховуючи, що генеральна сукупність N становить 3675 чоловік, то гранична похибка вибірки становитиме ± 83 чоловік.

10 Аналіз даних

Виконаємо аналіз даних проведеного дослідження. Для того щоб правильно зробити висновки та ефективно використати зібрану інформацію, обробку даних будемо проводити поетапно, тобто аналіз будемо проводити з кожного питання окремо, враховуючи віковий фактор для кожної категорії питань.

Аналіз показав, що транспортна проблема пасажирських перевезень в даних населених пунктах дійсно існує – про це свідчать 56% позитивних відповідей (2058 чоловік). Проблеми з транспортом виникають лише інколи у 38% опитаних (1396 чол.). Зовсім немає претензій до стану пасажирських перевезень у своєму населеному пункті лише у 6% респондентів (рис. 1). При цьому потрібно враховувати похибку, яку на основі проведених вище розрахунків було визначено як ± 83 чоловік.

Визначимо причини виникнення незадовільної оцінки стану пасажирських перевезень у досліджуваних населених пунктах (рис.1).

Більшість опитуваних не влаштовує відсутність маршрутного таксі у потрібному напрямку – 46%, 1690 чоловік. З них 912 – жінки, 777 – чоловіки. 29% загальної кількості респондентів не влаштовує відсутність маршрутного таксі саме у потрібному напрямку – 1065 опитаних (383 – жіночої статі, 681 – чоловічої, враховуючи похибку ± 83 чол.). Рівень зручності переїзду не влаштовує 698 чоловік (19% опитаних – 293 жінки та 404 чоловіки).

Проаналізувавши основні напрямки переїзду жителів досліджуваних населених пунктів, можна побачити (рис. 3), що найчастіше респонденти відвідують місто Охтирку (28%) – так відповіли 1029 чоловік, із яких 535 жінок, 494 чоловіки (потрібно при цьому враховувати розраховану похибку 83 чоловіки).

Найбільш проблематичним напрямком є Полтавський напрямок, так відповіли 21% опитаних – 362 жінки та 508 чоловіки. Поїздки до міст Суми та Харків є менш проблематичними – відповідно 14% та 13% – 514 та 477 опитаних. Із них 282 та 233 – жінки, 232 та 244 чоловіки відповідно. Також проблематично дістатися до м. Зінькова – таку дали відповідь 404 респонденти (11%), серед яких 153 респонденти жіночої статі, а 250 – чоловічої.

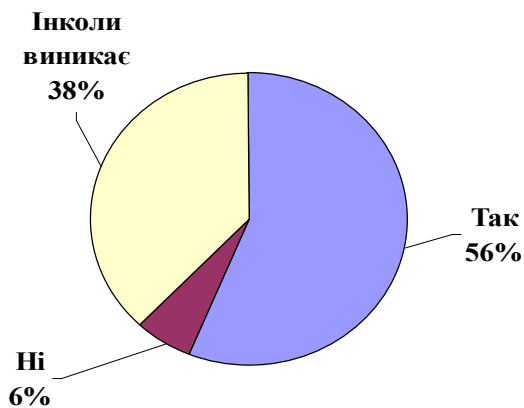


Рисунок 1 – Розподіл респондентів за відношенням до наявності досліджуваної проблеми

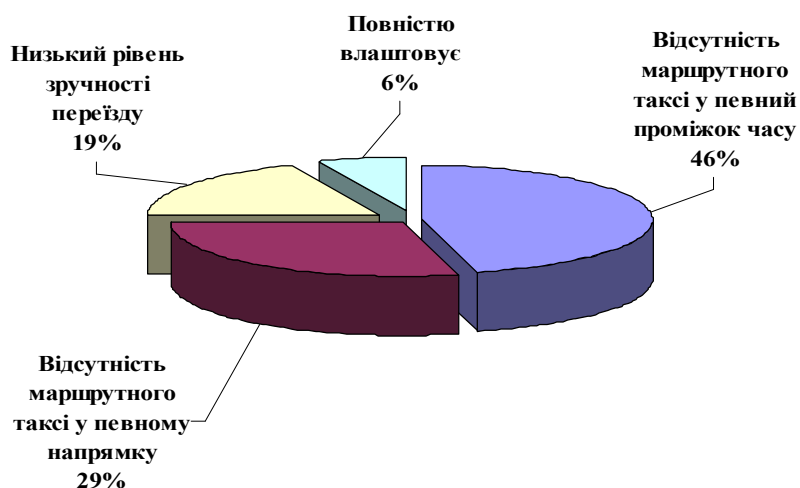


Рисунок 2 – Розподіл респондентів за джерелом виникнення транспортної проблеми у своєму населеному пункті

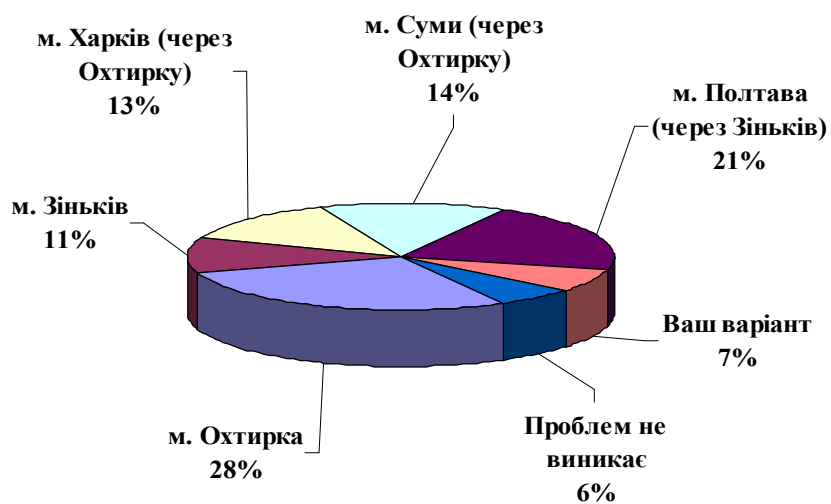


Рисунок 3 – Основні напрямки поїздок жителів Малої Павлівки та Комишів

Найзручніший час для поїздки – в обідню пору (рис. 4). Так вважають 42% опитаних (648 – жінок та 894 чоловіки). Зранку проблематично дістатися до місця призначення 33% – 1212 опитаним, з яких 642 жінки та 569 чоловіки (враховуючи похибку у кількості ± 83 чоловік). Вечірні поїздки частіше здійснюють 698 чоловік (19% опитаних). Причому потрібно уточнити, що в обідню пору найбільш зручним є час з 13.00 – до 15.00. Зранку проблема виникає у період з 7.00 до 9.00, ввечері – 17.00 до 19.00.

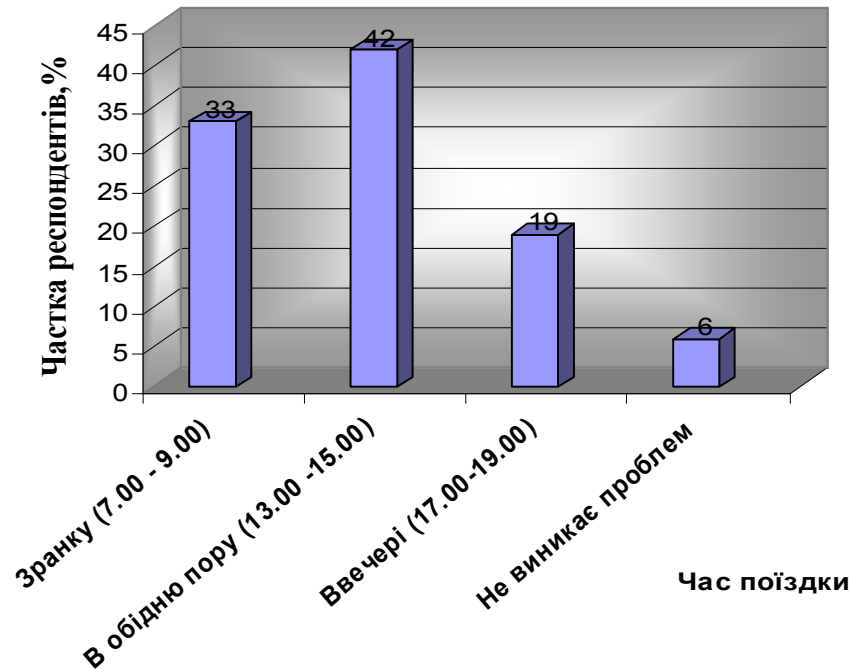


Рисунок 4 – Надання переваги респондентами найзручнішому часу для поїздки

Ранжування характеристик перевезень, яким надавали перевагу респонденти (рис. 5), показали, що найвищою оцінкою (надзвичайно важливим у транспортних послугах) респонденти відзначили зручність проїзду: 65%, з яких 2388 опитаних поставили найвищу оцінку (979 жінок та 1408 чоловіків). Даний параметр характеристикою середньої важливості (3) визначили 955 респондентів, з яких 382 жінки та 572 чоловіки. 110 респондентів цей показник майже не беруть до уваги. Ціна проїзду є характеристикою середньої важливості для 59% опитаних – 2168 чоловік та 867 жінок. Відповідно дуже важливим параметром при здійсненні поїздки є ціна для 29% жінок та 6% чоловіків. Можливість доїхати до пункту призначення без пересадок основним параметром є для 1580 опитаних (805 жінок та 774 чоловіків). Середньої важливості таку характеристику визначають 39% респондентів – відповідно 642 жінок та 753 чоловіки (похибка ± 83 чол.)

Що стосується мети поїздки у потрібного напрямку, то найбільша кількість респондентів здійснює поїздки до місця навчання – 36% опитаних (це 1323 респонденти - 608 жінок та відповідно 714 чоловіків). Незаплановані поїздки здійснює 1212 респондентів, з яких 496 жінок та 716 чоловіків (рис. 6). При цьому незаплановані поїздки в основному пов'язані з оплатою комунальних послуг, відвідинами рідних та поїздкою на ринок. До місця роботи їздить 918 опитаних.

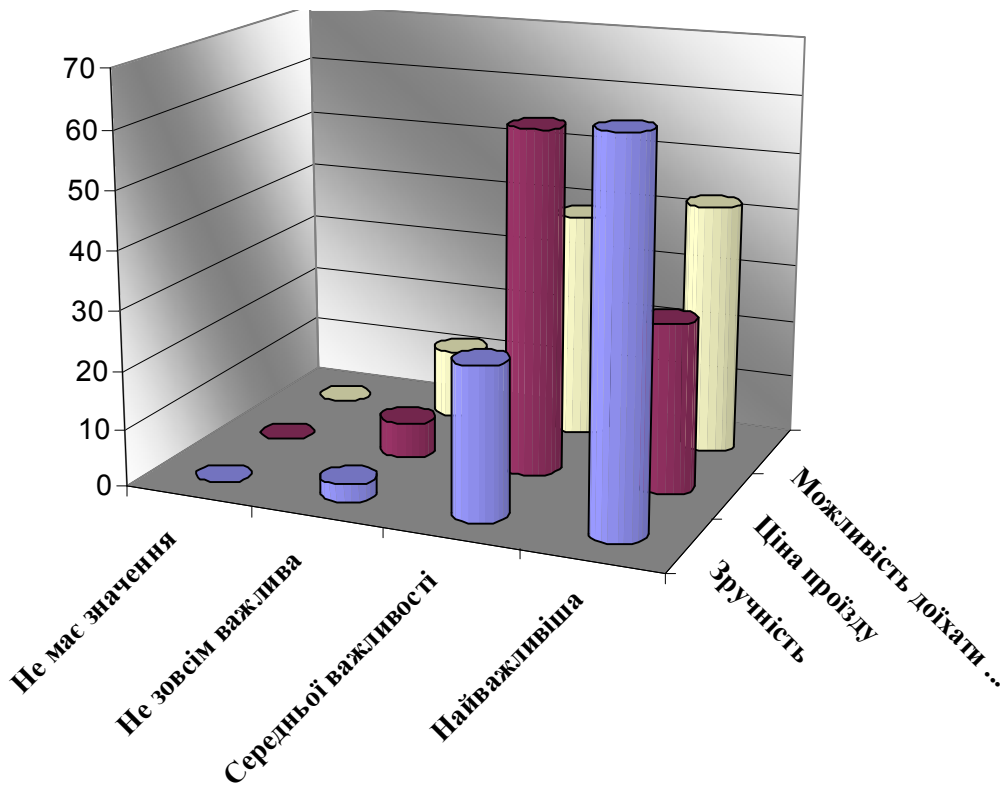


Рисунок 5 - Розподіл респондентів за ступенем важливості основних характеристик маршрутних перевезень



Рисунок 6 – Визначення мети поїздки

У процесі проведення маркетингового дослідження було опитано 53% жінок та 47% чоловіків. Із них студентів – 955 чоловік, учнів – 514 опитуваних, 1212 респондентів – працюючі та відповідно 27% (992 чоловіки) безробітні. Необхідно також урахувувати похибку при

опитуванні, визначену раніше (± 83 чол.). Населення було поділено також за віковими категоріями (рис. 7).

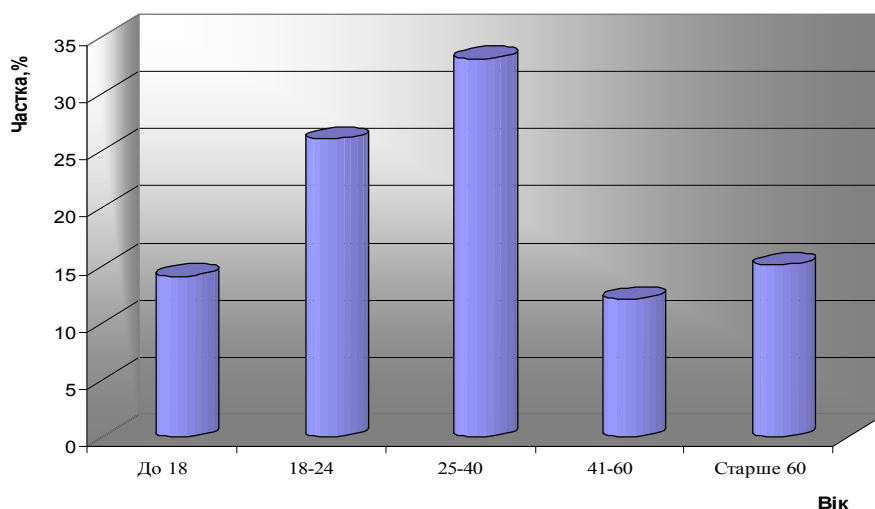


Рисунок 7 – Розподіл респондентів за віковою категорією

1 Розроблення рекомендацій щодо проведеного дослідження

Провівши детальний аналіз отриманих даних, можна дати деякі рекомендації щодо ситуації, що склалася.

Дані дослідження можуть бути використані приватними підприємцями, які зацікавлені у наданні транспортних послуг населенню Малої Павлівки та Комишів, а також тих населених пунктів, які розтошовані у даному напрямку. Дослідження було проведене з метою визначення найбільш перспективних та необхідних напрямків переїзду жителів цих населених пунктів, а також урахування їхніх переваг при користуванні послугами транспорту.

Як стало зрозуміло після обробки результатів, у даних населених пунктах проблеми, пов'язані з пасажирськими перевезеннями, існують. І основною з них є відсутність маршруток у певні проміжки часу. Це, зокрема, стосується поїздок до районного центру – м. Охтирки в обідню пору і, як визначило опитування, з 13.00 до 15.00 год. Тому доцільно було б у даний проміжок часу здійснювати перевезення пасажирів до міста Охтирки. При цьому ефективніше було б здійснювати поїздки до м. Сум та м. Харкова в цей час в обідню пору у неділю, коли студенти повертаються до місця навчання (оскільки досить великий відсоток опитаних є студентами вищих навчальних закладів). Також респондентами було відзначено ранній час (у період з 6.30 до 8-ї год.) для здійснення поїздок до таких міст, як Суми, Харків, **Полтава, що знову ж таки** пов'язано з необхідністю переїзду до місць навчання. Тобто здійснення перевезень у зазначених напрямках у визначений час є досить актуальним, перспективним та необхідним для населення. Поїздки до Охтирки можна здійснювати щоденно.

Існує також необхідність у перевезеннях до м. Полтави, в основному проблема виникає у студентів. Доцільно було б здійснювати ранні рейси до міста в понеділок зранку, як показало опитування, враховуючи при цьому наявність вихідних та свят, і включати додаткові рейси у ці дні.

Для більшості респондентів дуже важливим фактором є зручність. Тому треба здійснювати перевезення зручними та місткими маршрутками.

Перевезення пасажирів з міста до населеного пункту потрібно

здійснювати також, урахувавши результати опитування, але це вже значною мірою залежить від побажань того, хто перевезеннями займається.

2. *Якісне дослідження ринку транспортних пасажирських перевезень* будемо здійснювати методом глибинного інтерв'ю, що дозволить більш глибоко оцінити ситуацію, що склалася, дослідити причини та можливі шляхи вирішення існуючих проблем.

Кількісне дослідження дало змогу виявити основні проблеми у сфері транспортних пасажирських перевезень з боку попиту (споживачів). Тепер доцільним буде виявити ставлення до цього питання тих, хто безпосередньо можуть цей попит задовольнити – приватних підприємців, які займаються транспортними перевезеннями. Тому проведемо глибинне інтерв'ю для осіб, що здійснюють пасажирські перевезення.

Для проведення дослідження було обрано трьох експертів. Експертами були приватні підприємці, що займаються транспортними перевезеннями в межах України. Їм було поставлено ряд запитань, які виявляли їхнє ставлення до досліджуваної проблеми.

Анкета

Доброго дня! Ми проводимо дослідження сфери приміських транспортних пасажирських перевезень. Просимо Вас дати відверті відповіді на запитання. Вам потрібно вибрати один із запропонованих варіантів відповідей на запитання. Дякуємо за допомогу!

1. Як Ви вважаєте, чи існують проблеми здійснення приміських транспортних маршрутів?
 - a. Так
 - b. Ні
2. Визначте, будь-ласка, основні причини недостатнього рівня розвитку даного напрямку:
 - a. Високий рівень конкуренції
 - b. Низький рівень прибутковості
 - c. Великі затрати на здійснення діяльності
 - d. Високий рівень ризику
 - e. Потреба у значному обсязі стартового капіталу
 - f. Інше _____
3. Чи займаєтеся Ви приміськими маршрутними перевезеннями?
 - a. Так
 - b. Ні
5. Чи планували Ви коли-небудь займатися даним видом послуг?
 - a. Так _____
 - b. Ні
6. Чи проводили економічне обґрунтування здійснення даного виду діяльності?
 - a. Так
 - b. Ні
7. Виділіть з результатів розрахунків параметри, що вказують на доцільність та недоцільність надання послуг приміських перевезень.
8. Що могло б сприяти Вашій зацікавленості у здійсненні даного виду діяльності?
 - a. Підвищення тарифів
 - b. Зменшення витрат на здійснення перевезень (зниження цін на бензин зокрема)
 - c. Пільги та підтримка з боку органів місцевої влади
 - d. Взагалі не зацікавлений у наданні даного виду послуг
 - e. Інше _____
9. Чи плануєте розширювати даний напрямок діяльності. Обґрунтуйте.

10. Чи бачите перспективи розвитку даної сфери перевезень. У чому це виявляється?
11. Як довго ви працюєте у сфері транспортних перевезень?
- До 1 року
 - 1- 4 роки
 - Більше 4 років
12. Якою саме сферою пасажирських перевезень займається?
- Міжміські пасажирські перевезення
 - Міські пасажирські перевезення
 - Приміські пасажирські перевезення

Респонденти здійснюють даний вид діяльності в рамках 1-4 років (2 респонденти) та більше 5 років. Сфери надання даного виду послуг є різнобічними: приміські, міжміські та внутрішньоміські перевезення.

Однозначною є впевненість у тому, що проблема транспортних пасажирських перевезень в сільських населених пунктах існує (рис. 9). Основною причиною недостатнього рівня розвитку даного напрямку однозначно визначають недостатній або непостійний попит, що впливає на рівень прибутку та величину витрат на здійснення діяльності. При цьому додатково виділяють високий рівень конкуренції у даному напрямку (1 з опитуваних) – це в основному стосується населених пунктів, що знаходяться біля транзитного шосе, що дає змогу здійснювати поїздки міжміськими рейсами, але знову ж таки тут постає проблема великої завантаженості рейсів у неділю та п'ятницю, коли виникає масова потреба дістатися до місця навчання, роботи чи повернутися додому. У таких випадках існує надмірний попит на послуги, який часто повністю задовольнити немає можливості. Досить важливою проблемою у сфері приміських пасажирських перевезень також виділено (1 експертом) низький рівень життя населення, що є основною перешкодою збільшення частоти поїздок сільського населення до міст. Тобто дослідження даного питання показало, що основними причинами проблем, що виникають у сфері приміських пасажирських перевезень, є: недостатній або непостійний попит, високий рівень конкуренції та низький рівень життя населення (рис. 8)

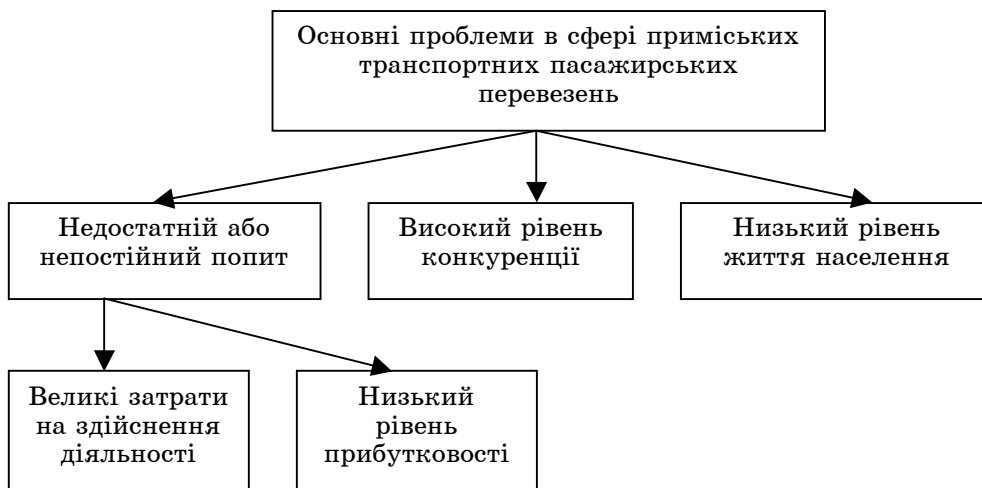


Рисунок 8 – Основні проблеми в сфері приміських транспортних пасажирських перевезень

Серед опитаних респондентів (рис. 9) 1 займається безпосередньо приміськими перевезеннями, а 1 респондент займається цією діяльністю

опосередковано, оскільки перевезення пасажирів через районні та обласні центри передбачає наявність по маршруту сільських населених пунктів.

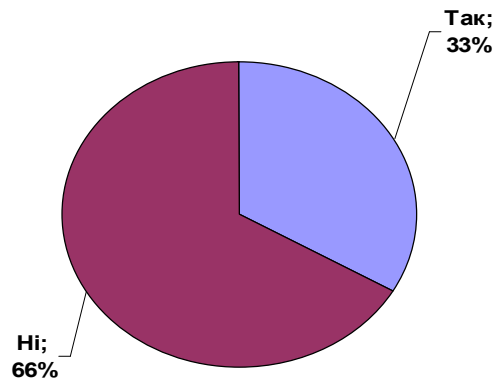


Рисунок 9 – Розподіл респондентів за тим, чи здійснюють вони приміські пасажирські перевезення

Двоє з опитаних експертів, що безпосередньо даним видом послуг не займаються, планували здійснювати такий вид діяльності, проводили відповідні економічні розрахунки. При цьому розрахунки показали, що для здійснення приміських пасажирських перевезень потрібен значний стартовий капітал, а неповна чи лише часткова завантаженість рейсу не покриє всі витрати, пов'язані з витратами на бензин, зарплатою обслуговуючого персоналу (водіїв) тощо.

З 2 експертів, що не займаються приміськими перевезеннями, один респондент на даному етапі немає ніякої зацікавленості у здійсненні приміських пасажирських перевезень, інший вважає, що підвищення рівня життя населення може сприяти тому, що кількість бажаючих поїхати з сільських населених пунктів до міста буде більшою, оскільки у населення з'явиться можливість здійснювати поїздки не лише за необхідності (до місця роботи, навчання) (табл. 1).

Таблиця 1 – Фактори подальшої зацікавленості респондентів у наданні послуг приміських пасажирських перевезень (з двох опитаних експертів)

Чинник	Кількість схильних експертів
Підвищення тарифів	-
Зменшення витрат на здійснення перевезень	-
Пільги та підтримка з боку органів місцевої влади	-
Немає ніякої зацікавленості	1
Інше (підвищення рівня життя населення)	1

Експерт, що здійснює приміські пасажирські перевезення, планує розширювати даний вид діяльності. При цьому вважає, що збільшення кількості маршрутів потрібно здійснювати не у новому напрямку, а в тому, в якому даний вид послуг уже надається, що передбачає меншу кількість проблем, пов'язаних із наданням послуг транспортних перевезень.

Серед перспектив розвитку даної сфери діяльності (табл. 1) 1 з учасників опитування (респондент, що безпосередньо надає послуги перевезень з сільських населених пунктів) вважає підвищення якості обслуговування населення, що дасть змогу маршрутам, здійснюваним у

певних напрямках, бути більш конкурентоспроможними. Також перспективою розвитку сфери приміських пасажирських перевезень і з респондентів вбачає підвищення якості життя мешканців сільських населених пунктів. А і з експертів таких перспектив не бачить взагалі.

Тобто проведене якісне дослідження показало, що проблема транспортних пасажирських приміських перевезень існує, причому таких проблем досить багато і для кожної з них не завжди є можливості вирішення.

Зіставляючи результати проведеного кількісного та якісного дослідження сфери приміських пасажирських перевезень, можна сказати, що для здійснення перевезень з населених пунктів Малої Павлівки та Комишів як для споживачів, так і для перевізників найбільш оптимальним є введення додаткових пасажирських маршрутів в дні, коли спостерігається найбільший потік пасажирів (п'ятниця, неділя, понеділок).

ВИСНОВКИ

Авторами здійснено обґрунтований вибір методів проведення маркетингових досліджень приміських пасажирських перевезень, на основі чого виконано власне дослідження ринку приміських пасажирських перевезень Охтирського району Сумської області. Таким чином, практична значущість проведеного дослідження полягає у такому:

- проведено оцінку ситуації, яка склалася у сфері транспортних пасажирських перевезень у с. Мала Павлівка та с. Комиші Охтирського району Сумської області;
- визначено основні проблеми, які існують у даній сфері;
- виділено серед населення цільову аудиторію та досліджено залежно від цього вимоги споживачів та їх побажання щодо надання послуг у сфері транспорту;
- досліджено найбільш необхідні (проблематичні) напрямки здійснення поїздок до попередньо визначених міських населених пунктів;
- проаналізовано точку зору експертів щодо існуючих проблем у сфері надання пасажирських послуг, зіставлено дані опитування населення та думки експертів, визначено найбільш доцільні варіанти задоволення попиту споживачів та економічної доцільності впровадження нових пасажирських маршрутів.

Результати даного дослідження можуть бути використані у практиці господарювання вітчизняних компаній, учасників ринку приміських пасажирських перевезень, що дасть їм змогу ухвалювати обґрунтовані рішення.

SUMMARY

In the paper by authors the technique of carrying out of qualitative and quantitative marketing researches is stated, the results of executed own research of the suburban passenger transportations market of Ahtyrka area of the Sumy region are reflected, on the basis of that recommendations on introduction of additional transport routes on the certain directions which allow to solve the basic existing problems for the population and to increase profitableness of carried out activity for private businessmen - carriers are offered.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілляшенко С.М., Баскакова М.Ю. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. –К.: Центр навчальної літератури, 2006 р. – 192 с.
2. Полторак В.А. Маркетингові дослідження: Навч. посіб. –К.: Центр навчальної літератури, 2003 р. – 387 с.

Біловодська О.А., канд. екон. наук., доцент,
СумДУ, м. Суми

Сухонос Ю.І., студентка СумДУ, м. Суми

Надійшла до редакції 15 травня 2008 р.