

Жарська Ірина Олександрівна, к.е.н.
Одеський національний економічний університет, Україна

ОСОБЛИВОСТІ СЕГМЕНТАЦІЇ РИНКУ В СФЕРІ ЗАЛІЗНИЧНИХ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Залізничні пасажирські перевезення протягом значного періоду є збитковими і фінансуються за рахунок вантажних перевезень. Це частково обумовлено наявністю значної кількості пільгових категорій пасажирів та небажанням місцевих органів влади компенсувати викликані цим збитки. Ще однією причиною є слабка орієнтація підприємств залізничного транспорту на задоволення потреб споживачів та відсутність комплексного підходу до управління маркетингом.

Для досягнення значних та стабільних обсягів перевезення підприємства залізничного транспорту повинні чітко усвідомлювати, які саме споживачі є їхньою цільовою аудиторією, яких конкретно послуг вони вимагають та чим ці послуги мають відрізнятися від пропозицій інших видів транспорту. Саме це дозволить запропонувати нові види послуг та залучити додаткових пасажирів в періоди зниження попиту.

При проведенні сегментування ринку пасажирських перевезень слід використовувати як “класичні” ознаки, так і специфічні для транспортного ринку, зокрема дальність та мета поїздки.

За ознакою «**дальність поїздки**» можна виділити такі сегменти:

перевезення по місту - мешканці великих міст, які використовують залізничний транспорт як один із засобів сполучення між роботою та місцем проживання. Велике значення має час відправлення та чітке дотримання графіків руху. Попит має високу перехресну еластичність та чітко виражені коливання протягом дня та тижня, тому доцільним є використання різних заходів заохочувальної цінової політики, зокрема проїзних квитків.

приміські перевезення. Сегмент схожий на попередній, але до мотивації поїздок додаються також дачні поїздки. Попит більш еластичний за ціною та характеризується іншою спрямованістю коливань, зокрема збільшується у вихідні та передсвяткові дні. Велике значення для споживачів має зручність розкладу.

місцеві перевезення. Виконуються в межах однієї залізниці. Основними мотивами поїздок є поїздки комерційного характеру,

туристичні поїздки, поїздки до родичів та поїздки виробничого характеру або відрядження. Важливе значення мають зручність розкладу, тривалість поїздки, ціна

далекі перевезення. Виконуються на відстані, що перевищують межі однієї залізниці. Основними мотивами є туристичні, виробничі та комерційні поїздки. Попит еластичний за ціною та доходом та характеризується сезонними коливаннями. Пріоритетне значення має тривалість поїздки, зручність розкладу та комфортність поїздки.

Мета поїздки. Традиційно в західних країнах виділяють сегменти пасажирів, що від'їжджають до відпустки або на канікули та пасажирів, що здійснюють ділові поїздки. На нашу думку, в Україні можна виділити такі сегменти:

ділові поїздки та відрядження. Найбільше значення мають зручність розкладу, частота відправлення, тривалість поїздки та рівень комфорту. Як правило, такі споживачі обирають послуги середньої та вищої цінової категорії, але потребують належного додаткового обслуговування.

щоденні поїздки на роботу. Найбільше значення має чітке дотримання графіків руху. Попит значно збільшується в ранковий та вечірній час. Доцільним є введення спеціальних поїздів для цього сегменту.

поїздки на відпочинок. Пріоритетне значення має ціна, рівень комфорту, зручність розкладу, зокрема узгодженість із розкладом інших поїздів або інших видів транспорту в пунктах відправлення та прибуття. При роботі із цим сегментом необхідно чітко відслідковувати сезонні коливання попиту аби не втратити споживачів через недостатність місць. Характеризується сезонними коливаннями, зокрема в літній період в напрямку південних курортних регіонів та в зимовий період в напрямку гірських курортів.

поїздки до родичів. Пріоритетне значення мають зручність розкладу, ціна та рівень комфорту. Коливання пов'язані з типом споживача: для студентів це тижневі та сезонні коливання в період канікул, для школярів тільки канікулярні коливання, для інших категорій вони майже відсутні.

інші поїздки – пасажирів, які не користуються регулярно послугами транспорту, тому для них велике значення має якість обслуговування, або пасажирів, які здійснюють комерційні поїздки, для них більше значення має ціна, та інші.