

УДК: 338.534: 656.078.89
UDC: 338.534: 656.078.89

ДОСЛІДЖЕННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ ПРИ ЗАДОВОЛЕННІ СЕЗОННОГО ПОПИТУ НА ПЕРЕВЕЗЕННЯ

Железняк К.Л., Національний транспортний університет, Київ, Україна
Бакуліч О.О., кандидат технічних наук, Національний транспортний університет, Київ,
Україна

STUDIES OF THE PRICING OF THE ENTERPRISE AT COPE WITH THE SEASONAL DEMAND FOR TRANSPORT

Zhelezniak K.L., National Transport University, Kyiv, Ukraine
Bakulich O.O., Ph.D., National Transport University, Kyiv, Ukraine

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРИ УДОВЛЕТВОРЕНИИ СЕЗОННОГО СПРОСА НА ПЕРЕВОЗКИ

Железняк Е.Л., Национальный транспортный университет, Киев, Украина
Бакуліч Е.А., кандидат технических наук, Национальный транспортный университет, Киев,
Украина

Постановка проблеми у загальному вигляді. Як відомо, просування послуги в умовах конкуренції потребує врахування великого спектру факторів, що впливають на процес задоволення виникаючого попиту. Застосування широкого набору можливих при цьому керованих засобів на перших етапах зводиться до вибору цінової політики. Особливо це важливо при просуванні нової послуги на ринку [1]. Проте, встановлення конкурентноздатної ціни на послугу на певному секторі ринку в конкретних умовах залежить від багатьох факторів та визначається вибраною маркетинговою стратегією [2]. В такому сенсі постає проблема вивчення та аналіз цін на послугу з метою підвищення конкурентноздатності підприємства.

Зв'язок із важливими науковими та практичними завданнями. Експериментальне дослідження просування нової послуги пов'язано з труднощами пошуку такої нової послуги (по причині того, що вона нова) та виявлення номенклатури підприємств, що включаються в процес надання такої послуги знову ж таки в зв'язку з відсутністю інформації про надання такої послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема визначення конкурентоздатних цін завжди була і залишається в полі зору значного кола дослідників та надзвичайно цікавить практиків. [3]. Маркетингові дослідження та їх результати так чи інакше пов'язані з визначенням цінової стратегії в конкурентній боротьбі [4]. При цьому надзвичайно важливим стає підхід по визначенню взаємного впливу ціни та якості на просування послуг на ринку [5].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. В загальній проблемі пошуку конкурентоздатних стратегій просування послуг особливе місце займає напрямок визначення ціни на нову послугу при її впровадженні. Практичні дослідження можливої реакції ринку в такій ситуації пов'язано із складнощами та ризиком втрат ресурсів.

Формулювання цілей статті.

Слід зазначити, що всіма ознаками нової послуги на ринку (з прийняттям певних обмежень) може характеризуватись сезонна послуга. До виникнення сезонного попиту така послуга як правило не надається, або надається в дуже обмежених випадках. Виникнення джерел сезонного попиту та поява об'єктів, що його задовольняють, по своїх характеристиках відповідають усім ознакам виникнення потреби в новій послугі та процесу розгортання структури об'єктів її (послуги) виконання. На цій підставі в статті досліджуються цінові характеристики сезонного попиту як попиту на нову послугу.

Основна частина.

Вивчення процесу виникнення нової (сезонної) послуги та цінових характеристик її задоволення досліджено на прикладі перевозок зерна в Миколаївській області автопідприємствами різного відомчого підпорядкування та різних форм власності і приватними перевізниками.

Розподіл запитів на перевезення зерна по їх кількості на один день по досліджуваних підприємствах приведено на рис. 1.

Як видно, найбільша питома вага кількості запитів в день відноситься для п'яти запитів на день. Далі кількість запитів зменшується і для 30 і більше запитів в день наближається до нуля. Такий розподіл запитів на перевезення потребує відповідного відношення до формування цінової політики.

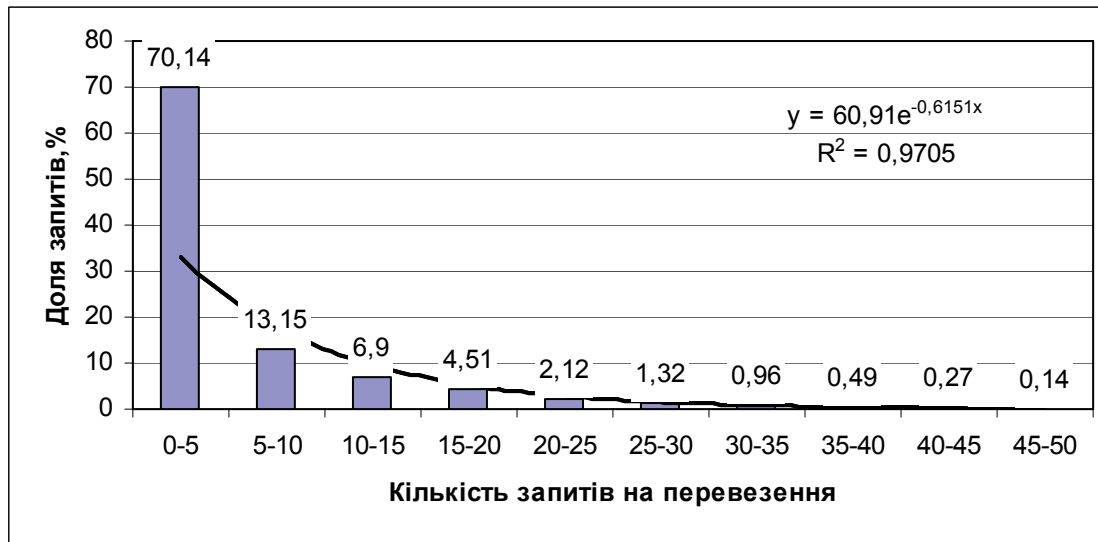


Рисунок 1 – Розподіл перевізників по загальній кількості запитів на перевезення

Для визначення функціональної залежності розподілу перевізників по загальній кількості запитів на перевезення було проведено апроксимуюче згладжування степеневою $y = ax^b$ та експоненціальною $y = ae^{bx}$ функціями з визначенням величини достовірності апроксимації R^2 [6,7]. Для цього використовувалась стандартна опція табличного процесора Excel. Встановлено, що згладжування експоненціальною функцією дає більш високу величину достовірності апроксимації R^2 (0,9705 для експоненти проти 0,9292 для степеневої функції).

Структура виникнення запитів на виконання перевезень та її розподіл по кількості запитів наочно демонструє природу їх виникнення та дозволяє відповідно реагувати на виникаючий попит для максимального його задоволення під час сезонних коливань. Експоненціальна залежність величини кількості запитів повинна орієнтувати перевізників на формування невеликих груп перевізників для підвищення якості задоволення попиту за рахунок зменшення часу на приймання та обробку заявок. Також експоненціальний характер розподілу виникаючого попиту може успішно використовуватись в математичних моделях дослідження [8].

Підвищену цікавість при експериментальних дослідженнях просування сезонної послуги в регіоні було задоволено дослідженнями цінової політики перевізників при задоволенні виникаючих замовлень. Для цього досліджувався рівень ціни, яку встановлювали перевізники при звертаннях до них потенційних замовників послуг на перевезення зерна. При цьому враховувався той факт, що ступінь якості виконання замовлень пропонувалась різна. В розпорядженні перевізників були та пропонувались замовникам як спеціально обладнані автомобілі для перевозки зерна (з ущільненими за допомогою піноматеріалів кузовами та спеціальними покривалами) так і автомобілі загального користування. Для останніх перевізниками пропонувалось замовникам самим забезпечувати ущільнення кузовів різними методами самостійно.

Результати дослідження цінової політики перевізників наведено на рис.2.

Так як кількість автомобілів-зерновозів, спеціально обладнаних для перевозки зерна на початку сезону, завжди менша від виникаючого попиту, то цінова політика в такому випадку передбачає деяке зміщення призначеної ціни на перевезення в сторону перевищення середньої ціни, яка встановлюється по регіону. В цьому перевищенні проявляється вплив якості перевезення за рахунок спеціально обладнаних автомобілів. Реалізація виконання замовлень по ціні, яка перевищує середню ціну по регіону, підтверджує гіпотезу, про те що якість, як інструмент впливу на просування послуги на ринку, має не менше значення.

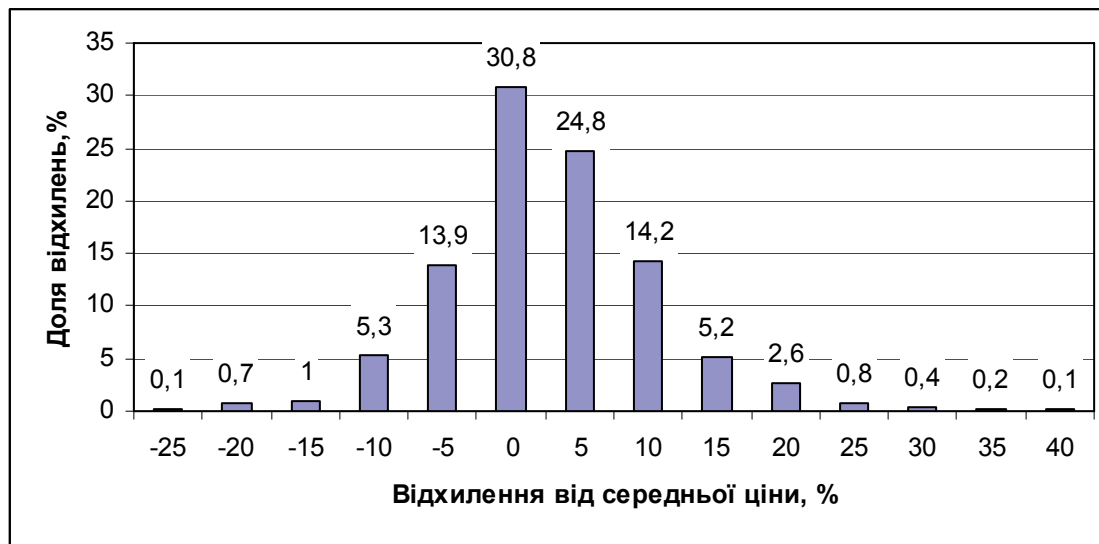


Рисунок 2 – Структура направленості цінової політики перевізників регіону

Для обробки результатів експериментального дослідження використана апроксимація, виконана методом згладжування лінійною фільтрацією з застосування згладжування по двох крапках з використанням табличного процесора Excel.

В результаті обробки експериментальних даних встановлено, що виникнення сезонного попиту на перевезення створює умови, при яких середньозважене відхилення ціни на послугу в сторону призначення ціни більшої за середню має позитивне значення. Так для досліджуваного періоду таке відхилення становить 2,85% в бік призначення ціни більшої за середню. Можливо передбачити, що в період затухання сезонного попиту картина буде зворотною – ціна на перевезення буде призначатись меншою за середню.

Звичайно прийняття в якості регульованого параметру ціни на перевезення при виникненні потреби в задоволенні нової послуги на ринку (чи сезонної) відноситься до першочергового параметру впливу на баланс попиту та пропозицій. Але при цьому слід враховувати що виникнення конкуренції неодмінно приведе до врахування наступного параметру регулювання відносного балансу попиту та пропозицій – якості послуги. Для нової послуги врахування якості в ціновій політиці підприємств можливе лише з деяким часовим лагом. Для сезонної послуги врахування якості можливе зразу ж з виникненням потреб в задоволенні послуг, що підтверджується результатами експериментального дослідження.

Висновки. В результаті проведених експериментальних досліджень є можливість зробити висновок про те, що якість, як регульований параметр, має таке ж стратегічне значення для просування послуг на ринку, як і ціна. Характер ринкових відносин та висока ступінь саморегулювання ринку визначає пріоритети ціни та якості при просуванні послуг. Проте визначення рівня якості та рівня ціни власне ринком – це вже втрачені можливості для просування послуги на ринку. На основі виконаних експериментальних досліджень було запропоновано стратегію визначення цін на перевозку зерна для Миколаївського підприємства "Оріон-авто"

Перспективи подальшого розвитку у даному напрямку. Для зменшення можливих втрат при визначенні ціни на нову послугу шляхом «спідлаштування» постає завдання в подальшому визначення стратегії просування на базі певних оптимальних рівнів ціни та якості до того, як вийти на ринок. В такому випадку появляється можливість з меншими затратами та з більшим ефектом використати можливості по збільшенню маси прибутку

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Швайка Л. А.. Планування діяльності підприємства. Навчальний посібник. / Л.А. Швайка – Львів: Магнолія плюс, 2004 – 268с.
2. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночной экономики / Ю. Б. Иванов. Учебное пособие – Х.: РИО ХГЭУ, 1997. – 246 с.
3. Попова Н.В. Маркетинг транспортных услуг / Н.В. Попова. Учебное пособие. – Х., ХНАДУ, 2002. – 224 с.

4. Негл Т. Т. Стратегия и тактика ценообразования / Т. Т. Негл., Р. К. Холден – Спб.: Питер, 2001. – 544 с.
5. Железняк К. Л. Моделивання впливу ціни і якості на просування транспортних послуг на ринку//Вісник Національного транспортного університету. – К.: НТУ,2006-Випуск 11. С.111-113.
6. Дубров А.М. Многомерные статистические методы / А.М. Дубров , В.С. Мхитарян, Л.И. Трошин – М.: Финансы и статистика, 1998. – 369 с
7. Кремер Н.Ш. Исследование операций в экономике: Учебн. пособие [для студ. вузов] / Н.Ш.Кремер, Б.А.Путко, И.М.Тришин, М.Н.Фридман; Под ред. проф. Н.Ш.Кремера. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 407 с.
8. Клейнер Г. Б. Эконометрические зависимости: принципы и методы построения / Г.Б. Клейнер, С.А. Смоляк – М.: Наука, 2000. – 104 с.

REFERENCES

1. Shvayka L .A.. Planuvannya diyalnosti pidpriemstva.[Planning activities the enterprise] Lviv: Magnolia plus. 2004. – 268 p. (Ukr)
2. Ivanov Yu. B.Konkurentnosposobnost predpriatia v usloviyakh formirovaniya rynochnoy ekonomiki. [The company's competitiveness in the emerging market economy]. Kh: RIO KhGEU,1997. – 246 p. (Rus)
3. Popova N. V. Marketing transportnykh uslug. [Marketing of transport services] KHNADU, 2002. – 224 p. (Rus)
4. Negl T.T.,Kholden R. K., Strategia i taktika tsenoobrazovaniya. [Strategy and Tactics of Pricing]. Kh. Spb. Piter, 2001. – 544 p. (Rus)
5. Zhelezniak . K. L. Modeliuvannya vplyvu tsyny i yakosti na prosuvannya transportnykh poslug na rynku. [Modeling the influence of money on promotion of transport services in the market]. *Visnyk Nacionalogo transportnogo universytetu*. [Bulletin of the National Transport University] – К.: NTU, 2009. – issue 17. – pp.101-103. (Ukr)
6. Dubrov A. M., Mkhitarian V.S., Troshin L.I. Mnogomernye statisticheskie metody. [Multivariate statistical methods]. M. Finansy i statistika, 1998. – 369 p (Rus)
7. Kremer N. Sh., Putko B. A., Trishin I. V., Fridman M. N. Issledovanie operatsiy v ekonomike. [Operations research in economics]. M. YuNITI, 2000. – 407 p. (Rus)
8. Kleyner G. B. Smoliak S. A. Ekonometricheskie zavisimosti: printsipy i metody postroeniya. [Econometric dependence: the principles and methods of construction]. M. Nauka, 2000. – 104 p. (Rus)

РЕФЕРАТ

Железняк К.Л. Дослідження цінової політики підприємств при задоволенні сезонного попиту на перевезення / К.Л. Железняк, О.О. Бакуліч // Вісник Національного транспортного університету. Науково-технічний збірник: в 2 ч. Ч. 2: Серія «Економічні науки». – К. : НТУ, 2014. – Вип. 30.

Об'єкт дослідження – автотранспортні підприємства Миколаївської області заняті на сезонних перевозках зерна.

Мета роботи – дослідження особливостей формування ціни на сезонні перевози як такі, що можуть розглядатись як нові послуги на ринку в конкретний період.

Метод дослідження – збір кількісних показників цінових пропозицій для отримання вихідних даних та статистична їх обробка.

Результати статті та їх новизна. Зібрано статистичні дані про ціни на послуги по перевозці зерна в Миколаївській області та по результатах статистичної обробки встановлені кількісні характеристики, які описують закономірність відхилення ринкових цін від середніх. .

Ступінь впровадження. На основі виконаних експериментальних досліджень було запропоновано стратегію визначення цін на перевозку зерна для Миколаївського підприємства "Оріон-авто".

Взаємозв'язок з іншими роботами. Виконане дослідження виконано в рамках дослідження по моделюванню впливу ціни і якості на просування транспортних послуг на ринку

Рекомендації щодо використання результатів роботи. Результати проведеного дослідження слід використовувати при визначенні кількісних параметрів для визначення ціни при підготовці маркетингової стратегії при запровадженні нової послуги на ринку для більш ефективної діяльності транспортного підприємства.

Галузь застосування – підприємства транспортного комплексу.

Значущість роботи та висновки. Таким чином встановлено, що відхилення ціни на ринку нових послуг від середньої підкоряється експоненціальній функції. Такий висновок дає підстави для правильного формування ціни в конкурентній боротьбі. Такий підхід має явні ознаки новизни.

Перспективи подальшого розвитку у даному напрямку. Використання запропонованого підходу до вибору маркетингової стратегії підприємства в конкретних умовах підвищує його конкурентноспроможність та посилює конкурентні позиції. В подальшому планується проведення узагальнюючих оцінок для певних умов, що дозволить їх використовувати для більш широкого кола підприємств.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: МАРКЕТИНГ, ЦІНА, ТРАНСПОРТ, ПОСЛУГА, ПОПИТ, СТАТИСТИКА, СЕЗОННІСТЬ.

ABSTRACT

Zhelezniak K.L., Bakulich O.O. Studies of the pricing of the enterprise at cope with the seasonal demand for transport. Visnyk National Transport University. Scientific and Technical Collection: In Part 2. Part 2: Series «Economic sciences». – Kyiv: National Transport University, 2014. – Issue 30.

The object of study – transport enterprises of Mykolaiv region which are involved in seasonal shipments of grain.

The purpose of work – to study features of pricing formation for seasonal transportation as they may be considered as new services on the market in a particular period.

The method of research – gathering of quantitative indicators of quotations for getting raw data and statistical analysis of it.

Results of study and their novelty. Statistical data of services prices in grain transportation in the Mykolaiv region was collected and based on statistical processing results there are quantitative characteristics are established that describe the pattern of deviation from the average market price. .

The degree of implementation. On the base of experimental researches a strategy for grain transportation price determining has been suggested to Mykolaiv enterprise "Orion-avto".

Relationship with other works. The study was conducted in the framework of research on modeling the transport services pricing impact on the transport services promotion on the market.

Recommendations for the use of the results. The results of the study should be used in quantitative parameters determining for the prices determination in the marketing strategy preparation for the new services implementation on the market for a more efficient operation of the transport enterprise.

The range of application – enterprises of the transport complex.

The importance of the work and conclusions. This way it was established that the deviation between the market price for new services and the average price is submits to the exponential function. This conclusion gives a base for the correct price formation on the competitive market. This approach has obvious signs of novelty.

Prospects for further development in this direction. Using the proposed approach to the marketing strategy choice at the enterprise in the specific conditions increases the competitiveness and enhances its competitive position. In the future it is planned to conduct assessments for generalizing certain conditions that will allow them to be used for a wider range of businesses.

KEYWORDS: MARKETING, PRICE, TRANSPORT, SERVICES, DEMAND, STATISTICS, SEASON.

РЕФЕРАТ

Железняк Е.Л. Исследование ценовой политики предприятий при удовлетворении сезонного спроса на перевозки / К.Л. Железняк, Е.А. Бакулич // Вестник Национального транспортного университета. Научно-технический сборник: в 2 ч. Ч. 2: Серия «Экономические науки». – К. : НТУ, 2014. – Вып. 30.

Объект исследования – автотранспортные предприятия Николаевской области занятые на сезонных перевозках зерна.

Цель работы – исследование особенностей формирования цены на сезонные перевозки как такие, которые могут рассматриваться как новые услуги на рынке в конкретный период.

Метод исследования – сбор количественных показателей ценовых предложений для получения исходных данных и статистическая их обработка.

Результаты статьи и их новизна. Собраны статистические данные о ценах на услуги по перевозке зерна в Николаевской области и по результатам статистической обработки установлены количественные характеристики, которые описывают закономерность отклонении рыночных цен от средних.

Степень внедрения. На основе выполненных экспериментальных исследований было предложено стратегию определения цен на перевозку зерна для Николаевского предприятия "Орион-авто".

Взаимосвязь с другими работами. Проведенное исследование выполнено в рамках исследования по моделированию воздействия цены на продвижение транспортных услуг на рынке

Рекомендации по использованию результатов работы. Результаты проведенного исследования следует использовать при определении количественных параметров для определения цены при подготовке маркетинговой стратегии при внедрении новой услуги на рынке для более эффективной деятельности транспортного предприятия.

Область применения – предприятия транспортного комплекса.

Значимость работы и выводы. Таким образом установлено, что отклонение цены на рынке новых услуг от средней подчиняется экспоненциальной функции. Такой вывод дает основания для правильного формирования цены в конкурентной борьбе. Такой подход имеет явные признаки новизны.

Перспективы дальнейшего развития в данном направлении. Использование предложенного подхода к выбору маркетинговой стратегии предприятия в конкретных условиях повышает его конкурентоспособность и усиливает конкурентные позиции. В дальнейшем планируется проведение обобщающих оценок для определенных условий, что позволит их использовать для более широкого круга предприятий.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: МАРКЕТИНГ, ЦЕНА, ТРАНСПОРТ, УСЛУГИ, СПРОС, СТАТИСТИКА, СЕЗОННОСТЬ.

АВТОРИ:

Железняк Катерина Леонідівна, Національний транспортний університет, старший викладач кафедри менеджменту e-mail: cat@le.com.ua, тел. +380672358490, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова 1, к. 241.

Бакуліч О.О., кандидат технічних наук, Національний транспортний університет, декан факультету економіки, менеджменту і права, e-mail: bakulich@rambler.ru, тел. +380442803876, Україна, 01010, м.Київ, вул. Суворова 1, к. 245.

AUTHOR:

Zhelezniak Kateryna L., National Transport University, Senior Lecturer department of management, e-mail: cat@le.com.ua, tel. +380672358490, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 241.

Bakulich O.O, Ph.D. (engineering), National Transport University, the dean of the faculty Economics, Management and Law, e-mail: bakulich@rambler.ru, tel. +380442803876, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 245.

АВТОРЫ:

Железняк Екатерина Леонидовна, Национальный транспортный университет, старший преподаватель кафедры менеджменту, e-mail: cat@le.com.ua, тел. +380672358490, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова 1, к. 241.

Бакуліч Е.А., кандидат технических наук, Национальный транспортный университет, декан факультета экономики, менеджмента и права, e-mail: bakulich@rambler.ru, тел. +380442803876, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова 1, к. 245.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Біліченко В.В., доктор технічних наук, професор, Вінницький національний технічний університет, зав. кафедрою автомобілів та транспортного менеджменту, Вінниця, Україна.

Бідняк М.Н., доктор технічних наук, професор, Національний транспортний університет, зав. кафедрою менеджменту, Київ, Україна.

REVIEWER:

Bilichenko V.V., Doctor of Technical Sciences., Professor Vinnytsia National Technical University, Head of Department Automobiles and transportation management, Vinnytsia, Ukraine.

Bidniak M. N., Doctor of Technical Sciences., Professor, National Transport University, Head of Department of management, Kyiv, Ukraine.