

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ГРОМАДСЬКОГО ТРАНСПОРТУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Студ. Ваврик А.

Наук. керівник д.е.н., доц. Борисова Т.М.

Тернопільський національний економічний університет

Ефективність інфраструктурної політики кожного регіону України залежить від якісної роботи транспортних підприємств. Функціонування громадського транспорту в Україні містить декілька видів міського транспорту, а саме: автобус, трамвай, тролейбус та метро. Досить складним і багатогалузевим є міське транспортне господарство.

Громадський транспорт в Україні характеризується низкою проблем і негативних чинників порівняно із транспортом країн Європи, зокрема це рівень комфортності та якість пасажирських перевезень суттєво знизився; салони автобусів наповнені настільки, що вдвічі або і трічі перевищують світовий рівень; чисельність перевізників у яких немає досвіду збільшується, у зв'язку з чим зростає аварійність; транспортні засоби експлуатуються морально застарілі, з низькою надійністю, несправні, які потребують негайного оновлення; водії виконують роль кондуктора, що недопустимо у країнах Європи; спостерігається недотримання розкладу руху на маршрутах, неповне облаштування зупинок; тощо.

Як бачимо, сьогодні особливої актуальності набуває проблема низького рівня якості транспортного обслуговування населення, що виявляється у зростанні витрат часу на переміщення. Необхідно проводити активну роботу з розвитку громадського транспорту, підвищення його комфортності та безпеки населення, інтенсифікувати маркетингову комунікаційну діяльність.

Основні заходи для розв'язання проблем громадського транспорту представлені на рис. 1.



Рис.1. Основні маркетингові заходи щодо розв'язання проблем громадського транспорту

Отже, у сучасному місті України функціонування громадського транспорту повинно бути, соціально ефективним, тобто забезпечувати населення високоякісними транспортними послугами.