

Кириленко О. М.

доктор економічних наук, професор,
Національний авіаційний університет, Україна;
e-mail: ons@ua.fm; ORCID ID: 0000-0003-2406-7050

Разумова К. М.

доктор економічних наук, професор,
Національний авіаційний університет, Україна;
e-mail: krazum@ukr.net; ORCID ID: 0000-0001-6385-2823

Висоцька М. П.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний авіаційний університет, Україна;
e-mail: marinavis-2008@mail.ru; ORCID ID: 0000-0003-4076-7823

Кушнір Л. В.

кандидат економічних наук,
Одеський національний морський університет, Україна;
e-mail: lyudmila_ku@i.ua; ORCID ID: 0000-0001-7597-5791

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВО-ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ ВЗАЄМОДІЇ ВСІХ ВИДІВ ТРАНСПОРТУ НА ОСНОВІ ІМПЛЕМЕНТАЦІЇ «ЄДИНОГО КВИТКА»

Анотація. Запропоновано створення єдиного маркетингово-логістичного центру для координації взаємодії автомобільного, залізничного і повітряного транспорту, основних перевізників пасажирів на основі реалізації «єдиного квитка». Доведено, що поєднання функцій технологічного розвитку та створення єдиного інформаційного простору забезпечить системний ефект. Ці центри зможуть приймати транспортні послуги для змішаних перевезень пасажирів, включаючи туристів. Тактичне і стратегічне управління в усіх аспектах має базуватися на науково обґрунтованій методології системного аналізу для розв'язання проблем, які виникають. Мета їх створення — виявлення можливості комплексного використання маркетингу і логістики для розв'язання економічних проблем ефективності пасажирських перевезень.

Вивчаючи досвід найбільш розвинених європейських маркетингових і логістичних центрів, можна відзначити високу роль держави в їхньому плануванні, інвестуванні та контролі за діяльністю маркетингових і логістичних центрів Європи. Водночас найефективнішими є ті, чия допомога є найбільшою для держави.

Підтверджено, що реалізація цього завдання здійснюватиметься шляхом наперед обґрунтованих відповідних розрахунків логістичних технологічних схем пересадки пасажирів у вузлі з одного виду транспорту на інший. Крім того, ці центри зможуть приймати транспортні послуги для змішаних перевезень пасажирів, у тому числі туристів. Тактичне і стратегічне управління в усіх аспектах має базуватися на науково обґрунтованій методології системного аналізу для розв'язання проблем, які виникають. Вирішення цього завдання, як і інших, пов'язаних з оперативним управлінням транспортними процесами пасажирських перевезень, за відсутності повної визначеності та ризику, має здійснюватися з використанням методів так званих коефіцієнтів пріоритетного обслуговування пасажирів.

Ключові слова: транспорт, пасажирські перевезення, єдиний квиток, маркетингово-логістичний центр, сервіс.

Формул: 0; рис.: 2; табл.: 0; бібл.: 10.

Kyrylenko O. N.

Doctor of Economics, Professor,
National Aviation University, Ukraine;
e-mail: ons@ua.fm; ORCID ID: 0000-0003-2406-7050

Razumova E. N

*Doctor of Economics, Associated Professor,
National Aviation University, Ukraine;
e-mail: krazum@ukr.net; ORCID ID: 0000-0001-6385-2823*

Vysotskaya M. P.

*Ph. D. in Economics, Associated Professor,
National Aviation University, Ukraine;
e-mail: marinavis-2008@mail.ru; ORCID ID: 0000-0003-4076-7823*

Kushnir L. V.

*Ph. D. in Economics, Odessa National Maritime University, Ukraine;
e-mail: lyudmila_ku@i.ua; ORCID ID: 0000-0001-7597-5791*

DEVELOPMENT OF MARKETING-LOGISTIC CENTERS OF INTERACTION OF ALL KINDS OF TRANSPORT BASED ON IMPLEMENTATION «ONE TICKET»

Abstract. The article proposes the creation of a single marketing and logistics center for coordinating the interaction of road, rail and air transport, the main carriers of passengers on the basis of the implementation of a «single ticket». It has also been proved that combining the functions of technological development and the creation of a single information space will provide a systemic effect. These centers will be able to accept transport services for mixed transportation of passengers, including tourists. Tactical and strategic management in all respects should be based on scientifically grounded methodology of system analysis to solve emerging problems. The purpose of their creation — identification of the possibility of integrated use of marketing and logistics for solving economic problems of the efficiency of passenger transport operations. Studying the experience of the most developed European marketing and logistics centers, it is possible to note that there is observed the high role of the state in planning, investing and controlling the activities of marketing and logistics centers in Europe. At the same time, the most effective ones are those of which assistance to the state is greatest.

It is confirmed that the realization of this task will be carried out by means of an early substantiation of the corresponding calculations of logistic technological schemes of transfer of passengers at a node from one mode of transport to another. Moreover, these centers will be able to accept transport services for mixed transportation of passengers, including tourists. Tactical and strategic management in all respects should be based on scientifically grounded methodology of system analysis to solve emerging problems. The decision of this task, as well as other, related to the operational management of transport processes of passenger transportation, in the absence of complete certainty and risk, should be carried out using the methods of using the so-called priority coefficients of priority service passengers.

Keywords: transport, passenger transportation, single ticket, marketing and logistics center, service.

JEL Classification G21, F29, L41

Formulas: 0; fig.: 2; tabl.: 0; bibl.: 10.

Кириленко О. Н.

*доктор экономических наук, профессор,
Национальный авиационный университет, Украина;
e-mail: ons@ua.fm; ORCID ID: 0000-0003-2406-7050*

Разумова Е. Н.

*доктор экономических наук, доцент,
Национальный авиационный университет, Украина;
e-mail: krazum@ukr.net; ORCID ID: 0000-0001-6385-2823*

Высоцкая М. П.

*кандидат экономических наук, доцент,
Национальный авиационный университет, Украина;
e-mail: marinavis-2008@mail.ru; ORCID ID: 0000-0003-4076-7823*

Кушнір Л. В.

кандидат економічних наук,

Одеський національний морський університет, Україна;

e-mail: lyudmila_ku@i.ua; ORCID ID: 0000-0001-7597-5791

РАЗВИТИЕ МАРКЕТИНГОВО-ЛОГИСТИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВСЕХ ВИДОВ ТРАНСПОРТА НА ОСНОВЕ ИМПЛЕМЕНТАЦИИ «ЕДИНОГО БИЛЕТА»

Аннотация. Предложено создание единого маркетингово-логистического центра для координации взаимодействия автомобильного, железнодорожного и воздушного транспорта, основных перевозчиков пассажиров на основе реализации «единого билета». Доказано, что сочетание функций технологического развития и создания единого информационного пространства обеспечит системный эффект. Эти центры смогут принимать транспортные услуги для смешанных перевозок пассажиров, включая туристов. Тактическое и стратегическое управление во всех отношениях должно базироваться на научно обоснованной методологии системного анализа для решения возникающих проблем. Цель их создания — выявление возможности комплексного использования маркетинга и логистики для решения экономических проблем эффективности пассажирских перевозок.

Изучая опыт наиболее развитых европейских маркетинговых и логистических центров, можно отметить высокую роль государства в их планировании, инвестировании и контроле за деятельностью маркетинговых и логистических центров Европы. В то же время наиболее эффективными являются те, чья помощь является крупнейшей для государства.

Подтверждено, что реализация этой задачи будет осуществляться путем заранее обоснования соответствующих расчетов логистических технологических схем пересадки пассажиров в узле с одного вида транспорта на другой. Кроме того, эти центры смогут принимать транспортные услуги для смешанных перевозок пассажиров, в том числе туристов. Тактическое и стратегическое управление во всех отношениях должно базироваться на научно обоснованной методологии системного анализа для решения возникающих проблем. Решение этой задачи, как и других, связанных с оперативным управлением транспортными процессами пассажирских перевозок, при отсутствии полной определенности и риска, должно осуществляться с использованием методов так называемых коэффициентов приоритетного обслуживания пассажиров.

Ключевые слова: транспорт, пассажирские перевозки, единый билет, маркетингово-логистический центр, сервис.

Формул: 0; рис.: 2; табл.: 0; библиограф.: 10.

Вступ. Подорожуючи, часто виникає потреба переїхати з однієї країни в іншу. В країну, в яку ви прибули, теж необхідне переміщення, щоб мати можливість відвідати всі туристичні місця. В наш час, найбільш популярними вважаються 3 види пасажирського транспорту, зокрема це: автобуси, літаки та поїзди. Оскільки сфера пасажирських перевезень надзвичайно динамічна, тому для пасажиропотоків створюється інфраструктура та інноваційні види транспорту. Вибір рівень комфорту в дорозі кожен пасажир підбирає відповідно до своїх уподобань і фінансових можливостей.

Огляд літератури та постановка проблеми. Наукова та прикладна проблематика щодо створення підвищення ефективності перевезень на транспорті отримала розвиток у наукових розробках багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців: А. П. Абрамова, І. М. Аксьонова [2, с. 45—49], Ю.С. Бараша, В.І. Белова, В.Г. Галабурди [3, с. 75—88], В. П. Гудкова, В. М. Гурнака, М. В. Гненного, В. Л. Диканя [4, с. 57—65], Ю.Ф. Кулаєва [5 с. 134—149].

Проте, результати досліджень перелічених й інших учених вплинули на управління економічними результатами від пасажирських перевезень. Однак, багато теоретичних і практичних питань стосовно забезпечення ефективності пасажирських залізничних перевезень на основі використання маркетингово-логістичних центрів координації роботи транспорту на основі імплементації «единого квитка» у повній мірі не вирішувалися як у науковому, так і у практичному плані, тому потребують подальшого розвитку та вдосконалення.

Результати досліджень. На нашу думку, одним із заходів підвищення кількісних і якісних показників від функціонування пасажирських перевезень є створення в транспортних вузлах маркетингових-логістичних центрів координації взаємодії автомобільного, залізничного та авіа транспорту, основних перевізників пасажирів на основі імплементації «єдиного квитка» (далі МЛЦПП). Мета їх створення — щоб саме тут визначалися можливості комплексного використання маркетингу та логістики для вирішення економічних проблем ефективності функціонування пасажирських перевезень [131]. Реалізація даного завдання буде на іншій на основі використання попередньої маркетингової здійснюватися шляхом завчасного обґрунтування відповідними розрахунками логістичних технологічних схем пересадки пасажирів у вузлі, з одного виду транспорту інформації про підхід у транспортний вузол поїздів та автобусів, морських і річкових суден (у регіонах, де перевезення виконують морський або річковий види транспорту), і про приліт літаків. МЛЦПП розробляє оперативний план координації роботи перевізників пасажирів і заздалегідь повідомляє його всім зацікавленим сторонам і потім контролює виконання (рис. 1).

Більш того, ці центри зможуть прийняти на себе транспортне обслуговування змішаних перевезень пасажирів, включаючи туристів. Тактичне і стратегічне управління в усіх аспектах має базуватися на науково обґрунтованій методології системного аналізу для вирішення виникаючих проблем.

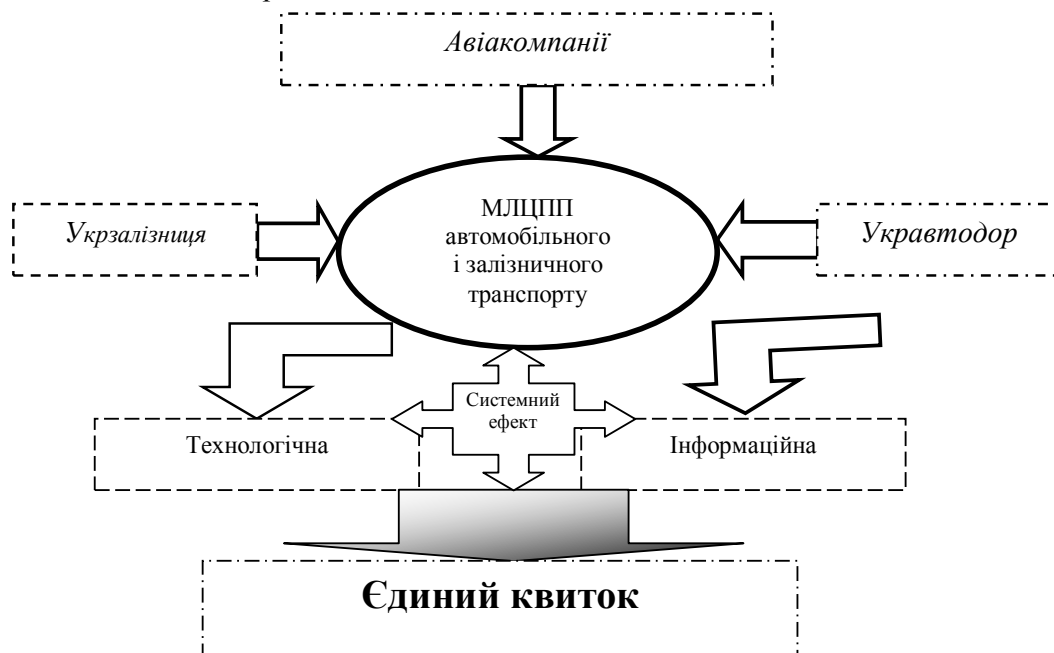


Рис. 1. Структура маркетинго-логістичного центру координації взаємодії автомобільного, залізничного та авіа транспорту на основі імплементації «єдиного квитка»

Рішення даного завдання, як і інших, що стосуються оперативного управління транспортними процесами перевезення пасажирів, за умов не повної визначеності і ризику має здійснюватися методами використання так званих коефіцієнтів пріоритету черговості обслуговування пасажирів.

Обмеженість у використанні цих методів пов'язана з тим, що вони дозволяють розглядати проблему в рамках одного пункту транспортного вузла, наприклад залізничного вокзалу (автовокзалу, аеропорту) і не дозволяють враховувати обставини, що складаються після прийняття того чи іншого варіанту обслуговування пасажирів в цілому в вузлі [2, 3]. Тим часом економічна ефективність можливих варіантів вирішення подібних конфліктних ситуацій найбільш вірогідно може бути вирішена спеціальною програмою шляхом розрахунку на комп'ютерах порівняльних варіантів обслуговування пасажирів у вузлі на достатню перспективну, з використанням функцій оперативного управління шляхом застосування так званого методу забігання наперед. Такі функції

МЛЦПП, як вибір технологічної схеми обслуговування пасажирів у вузлі потрібно виконувати системно, тобто від розрахунків локальних, в рамках виробничої підсистеми — вокзал плюс аеропорт (автовокзал) вузла, потрібно переходити до глобальних, в межах всього транспортного вузла, з урахуванням попередньої інформації про прибуття поїздів, автобусів, прильоти літаків та ін. Якщо на першому кроці розрахунку вибір зроблено на користь прямого варіанта обслуговування пасажирів у вузлі, то він залишається без подальшого коректування, якщо ж прямий варіант спочатку відкидається, то правильність такого рішення перевіряється на другому етапі розрахунку.

Крім вироблення рекомендацій щодо оперативного управління обслуговуванням пасажирів у вузлі і вирішення завдань тактичного, тобто повсякденного регулювання та координації роботи перевізників, які володіють повною, своєчасною і достовірною інформацією про проходження через вузол пасажиропотоків, про труднощі в процесі проходження, про наявність визначених потужностей у всіх підрозділах вузла, їх завантаженні і можливостях нарощування працездатності, — слід передати їм рішення перспективних стратегічних завдань, включаючи розробку для транспортних вузлів в цілому єдиних технологічних процесів, які сьогодні складаються майже що на «обум».

На МЛЦПП доцільно покласти також і питання перспективного розвитку транспортного вузла у взаємозв'язку з розвитком міста, оскільки повсякденний аналіз функціонування транспортного вузла дає необхідну інформацію для прийняття рішень, дозволяє дізнатися про недоліки і потреби. Більш того, ці центри можуть прийняти на себе транспортне обслуговування змішаних перевезень пасажирів, включаючи туристів. Само собою зрозуміло, що і тактичне і стратегічне управління в усіх аспектах має базуватися на науково обґрунтованій методології системного аналізу для вирішення виникаючих проблем.

Ефективність роботи даних вузлів може покращити введення «єдиного квитка» (рис. 2). На науковців нашої країни, транспортна галузь покладає велику надію щодо вирішення важливого завдання: створення єдиної інформаційної бази, яка б включала інформацію щодо наявності квитків на всі види транспорту: авіа, залізничного та автомобільного. Вибір міста виїзду і пункту прибуття, в формі пошуку — дозволяє заздалегідь спланувати поїздку, вибравши дату і визначивши відповідний рейс можна відразу ж забронювати квитки, комбінуючи різні види транспорту. Проїзд пасажирів буде здійснено відповідно до «місцевих» або міжнародних правил.

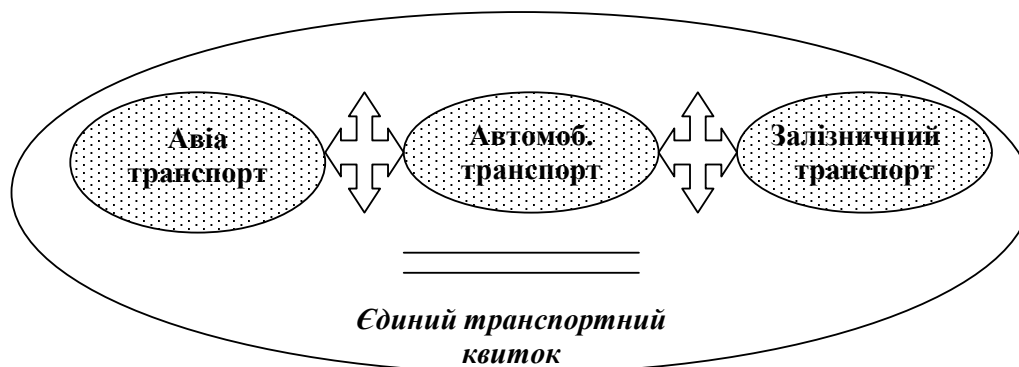


Рис. 2. Мультиmodalні перевезення пасажирів

Організованість інтерmodalної системи істотно впливає на якість послуг, тому постійне впровадження нових технологій є необхідною умовою розвитку транспортних потоків. Основне завдання, яке вирішує змішаний вид перевезень це оптимізоване пересування за рахунок пересадок пасажирів з одного виду транспорту на інший.

Ціновий фактор є основним для більшості пасажирських перевезень здійснюються як всередині країни, так і міжнародних. Можна заощадити, дешево купивши квитки на автобус, але доведеться довше знаходитися в дорозі або навпаки, долетіти на літаку за лічені години на інший континент, при цьому, переплативши за авіаквитки в п'ять разів дорожче [6]. Пасажир самостійно вирішує, яким видом транспорту краще дістатися до іншого міста або навіть країни, який транспорт їздить найзручнішим для нього маршрутом і як комфортніше доїхати в потрібний регіон світу.

Оцінюючи в цілому тенденції у сфері пасажирських перевезень, слід зазначити, що конкуренція в теперішній час є досить жорсткою. Це обумовлює необхідність постійного їх моніторингу та комплексного дослідження свого конкурентного становища на ринку транспортних послуг. Впливу конкурентів піддається залізничний транспорт, ринкові позиції якого все активніше завойовують конкуренти — автотранспорт (приміські перевезення) та авіатранспорт (дальні перевезення). Крім того, як уже зазначалося, пасажирські перевезення залізничного транспорту досі залишаються збитковими [5, 7]. Тому нагальним постає питання утримання конкурентних позицій, насамперед, з автомобільним транспортом.

Ефективність пасажирських перевезень залежить від інформаційного забезпечення, його надійності, оперативності, високої швидкості оброблення і передачі даних. Цим вимогам відповідають сучасні інформаційні системи, що застосовують комп'ютерні технології. Використання інформаційних технологій — це один з найважливіших факторів формування ринку послуг на сучасному транспортному ринку.

Сучасні глобальні транспортні системи інтегруються в безліч Інтернет сервісів, завдяки чому стають доступнішими. Кожен туристичний сайт може надавати інформацію про розклад транспорту в багатьох країнах світу і приймати замовлення на квитки або індивідуальні пасажирські перевезення. Будь-яке турагентство може формувати тури на основі електронної інформації про транспорт, готелях, екскурсіях і пригодах. Універсальна система пасажирських перевезень, в онлайн режимі, здійснює безліч запитів до баз даних і видає інформацію про наявність місць на різні види транспорту при вказівці передбачуваної дати.

Для поїздок можна вибирати оптимальний вид транспорту в залежності від ціни квитків, часу в дорозі і норм провозу багажу, якщо такий є. При плануванні поїздки важливим фактором є частота рейсів, тривалість пересування між містами і можливість пересадок в країнах Європи. Оптимальний маршрут дає можливість вибору серед авіаційних, залізничних або автобусних рейсів, а при відсутності прямого транспортного сполучення варто поєднувати різні види транспорту з економією часу і вартості [9, 10].

Оплата квитків на внутрішні або міжнародні рейси здійснюється однаковими способами. Для міжнародних поїздок можна замовити квитки на зворотний рейс або між іншими країнами, якщо буде необхідність подорожувати по континенту. При оформленні квитків на міжнародні рейси в обов'язковому порядку необхідно вказати номер закордонного паспорта і візи, а для всіх без винятку електронних квитків потрібно надати прізвище пасажира та його контакти [1, 8].

Купуючи електронні квитки на будь-якої вид транспорту, як правило, пасажиру виявляються додаткові інформаційні послуги, а також надаються контакти служби підтримки, зв'язавшись з якої, в разі необхідності, можна вирішити різні питання, включаючи переоформлення та повернення квитків.

Проїзний документ на поїзд оформляється від станції відправлення пасажира до станції пересадки. Талон можна придбати одночасно з проїзним документом на поїзд дальнього прямування або оформити до раніше придбаного проїзним документом. Для проїзду пасажиру необхідно оформити в залізничних касах проїзний документ на поїзд дальнього прямування і талон на перевезення в змішаному сполученні [1, 4].

Перевезення пасажирів в МЛЦПП за єдиним квитком буде здійснюватися в такий спосіб: наприклад, необхідно дістатися з Києва до курортного міста Яремчі поїздом до Івано-Франківська, далі — вже автобусом від залізничного вокзалу до міста Яремча. Якщо ж, наприклад, турист захоче повернутися до Києва літаком, то зможе це зробити використовуючи теж два види транспорту: автомобільний з Яремчі до Івано-Франківська, а вже до Києва літаком.

Україна вже має досвід використання «єдиного квитка» на мікрорівні, комунального транспорту Києва — метро, автобус, тролейбус та трамвай. Безконтактна пластикова картка схожа розмірами на банківську.

Єдина безконтактна пластикова картка для сплати проїзду працює в автобусах, тролейбусах, трамваях та метро. Після придбання картку треба буде зареєструвати в особистому кабінеті користувача. Після цього Е-квиток можна буде поповнювати та використовувати для

проїзду в транспорті. Поповнити картку можна буде в касах метрополітену та «Київпастрасу», боксах самообслуговування (Ibox, EasyPay, PrivatBank, 2Click).

Висновки. Транспортна галузь є однією з базових галузей економіки, що значною мірою впливає на фінансово-економічний розвиток держави та створює необхідні передумови для задоволення потреб користувачів транспорту у наданні транспортних послуг і розвитку бізнесу. Це, в свою чергу сприяє інтеграції економіки України у європейську та світову економічні системи. Фінансовий стан як результат вмотивованої діяльності суб'єкта господарювання, спрямованої на отримання доходу з урахуванням наявних ресурсних можливостей та на забезпечення здатності підприємства виконувати зобов'язання перед державою, постачальниками, споживачами, кредиторами, найманими працівниками.

Формування МЛЦПП як у теоретичному, так і в практичному плані розглядається як основний напрям забезпечення інтеграції транспорту України до європейської транспортної системи на основі впровадження логістичних технологій. Тому, беручи до уваги всі об'єктивні характеристики функціональних можливостей пасажирських перевезень, приходимо до висновку, що в транспортному вузлі потрібен власний господар. Таким господарем може стати МЛЦПП, що координує і спрямовує роботу вузла для забезпечення ритмічності і високої системної ефективності (емерджентності) обслуговування пасажирів. Він виконуватиме роль виробничого осередку Міністерства інфраструктури України.

Література

1. Пассажи́рский транспорт : статистическая информация [Электронный ресурс] // Wikitransport.com. — Режим доступа : <https://wikitransport.com/transport>.
 2. Аксьонов І. М. Транспортна логістика / І. М. Аксьонова, В. В. Габа, К. М. Шерепа. — Київ : ДЕТУТ, 2012. — 202 с.
 3. Аксенов И. М. Маркетинг на объектах транспорта : монография / И. М. Аксенов. — Нежин : ООО «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2006. — 336 с.
 4. Галабурда В. Г. Транспортный маркетинг : учебник / В. Г. Галабурда — Москва : Маршрут, 2006. — 456 с.
 5. Дикань В. Л. Економічний аналіз ефективності діяльності залізниці : навч. посібник / В. Л. Дикань, А. С. Козинець, Т. Я. Чупир. — Харків : ПП Вид-во «Нове слово», 2004. — 164 с.
 6. Кулаєв Ю. Ф. Економіка залізничного транспорту : навч. посібник / Ю. Ф. Кулаєв. — Ніжин : ТОВ «Видавництво Аспект-Поліграф», 2006. — 232 с.
 7. Новак В. О. Взаємодія аеропорту з транспортними підприємствами: організація та управління : монографія / В. О. Новак, І. В. Гордієнко, О. К. Катерна, В. В. Матвєєв, О. В. Ільєнко. — Київ : НАУ, 2012. — 277 с.
 8. Пасічник В. І. Управління економікою експлуатаційної роботи залізниць України : навч. посібник / В. І. Пасічник — Київ : Основа, 2005. — 376 с.
 9. Разумова К. М. Системний економічний аналіз у менеджменті пасажирських перевезень : монографія / за ред. К. М. Разумової. — Київ, 2014. — 240 с.
 10. Формування маркетингової домінанти в стратегії розвитку автотранспортного підприємства : монографія / О. М. Ложачевська, Л. Л. Сніжко, В. В. Ігнатюк та ін. — Київ : КПІ ім. І. Сікорського, вид-во «Політехніка», 2018. — 174 с.
- Стаття рекомендована до друку 24.05.2019 © Киріленко О. М., Разумова К. М.,
Висоцька М. П., Кушнір Л. В.

References

1. Wikitransport.com. (n. d.). Passazhirskij transport: statisticheskaya informaciya [Passenger transport: Statistical information]. Retrieved from <https://wikitransport.com/transport> [in Russian].
2. Aksenov, I. M., Gaba, V. V., & Sherepa, K. M. (2012). *Transportna lohistyka [Transport logistics]*. Kyiv [in Ukrainian].
3. Aksenov, I. M. (2006). Marketing na ob'ekтах transporta [Marketing on the objects of transport]. Nezhin [in Russian].
4. Galaburda, V. G. (2006). *Transportnyj marketing [Transport marketing]*. Moscow [in Russian].
5. Dykan, V. L., Kozynets, A. S., & Chupyr, T. Ya. (2004). *Ekonomichnyi analiz efektyvnosti diialnosti zaliznytsi [Economic analysis of the efficiency of the railway]*. Kharkiv [in Ukrainian].
6. Kulaiev, Yu. F. (2006). *Ekonomika zaliznychnoho transportu [Economy of Railway Transport]*. Nizhyn [in Ukrainian].
7. Novak, V. O., Hordiienko, I. V., Katerna, O. K., Matvieiev, V. V., & Iliencko, O. V. (2012). *Vzaiemodiia aeorportu z transportnyu pidpriemstvamy [Interaction of the airport with transport enterprises: organization and management]*. Kyiv [in Ukrainian].
8. Pasichnyk, V. I. (2005). *Upravlinnia ekonomikoiu ekspluatatsiinoi roboty zaliznyts Ukrainy [Management of economics of operation of railways of Ukraine]*. Kyiv [in Ukrainian].
9. Razumova, K. M. (Ed.). (2014). *Systemnyi ekonomichnyi analiz u menezhmenti pasazhyrskykh perevezen [Economic Analysis in Passenger Transportation Management]*. Kyiv [in Ukrainian].
10. Lozhachevska, O. M., Snizhko, L. L., & Ihnatiuk, V. V. (et al.). (2018). *Formuvannia marketynhovoї dominanty v stratehii rozvytku avtotransportnoho pidpriemstva [Formation of marketing dominant in the strategy of motor transport development]*. Kyiv [in Ukrainian].

The article is recommended for printing 24.05.2019

© Kyrylenko O. N., Razumova E. N.,
Vysotskaya M. P., Kushnir L. V.