

Н. А. Спринчак, студентка

Харьковский национальный экономический университет

г. Харьков, Украина

Sprinchak@rambler.ru

Научный руководитель к.э.н., доц. Тонева К. В.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГОВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА УСЛУГ КОМПЛЕКСА ПО ВЫВОЗУ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ

Маркетинг является одной из самых важных разновидностей экономической и общественной деятельности, однако, его очень часто неправильно понимают[1]. Цель маркетинга – повышение качества товаров и услуг, улучшение условий их приобретения, что в свою очередь приведет к повышению уровня жизни в стране, повышению качества жизни[3].

Будущее украинской экономики связано с эффективными преобразованиями в различных отраслях экономики. Сфера услуг, являющаяся важнейшей составной частью социально-экономической системы, находится в настоящее время в состоянии реорганизаций и поиска наиболее приемлемых форм функционирования и развития. Именно сфера услуг в условиях преобразований оказалась наиболее востребованным сектором экономики и имеет реальные перспективы поступательного развития. Статистика свидетельствует, что традиционная промышленность по показателям доли в национальном продукте и показателям занятости постепенно уступает сфере услуг. В развитых странах услуги создают в среднем около 60-70% ВВП, а занятость в секторе услуг составляет около 60% общей занятости населения. В странах Восточной Европы доля услуг в создании ВВП составляет около 50%, доля сектора услуг в общей занятости (без строительства) - около 40% [4]. В Украине рынок услуг развивается в условиях быстро меняющихся потребностей населения. Этот рынок дифференцирован по спектру оказываемых услуг, по их качеству и цене, что обусловлено значительной разнице в доходах. Процесс становления новой сферы услуг в Украине достаточно сложен. Натуральное ведение домохозяйств в советский и постсоветский период определяло низкие темпы развития услуг населению, а жесткая система государственного регулирования изначально отводила сфере услуг второстепенное место. В современных условиях актуальной является проблема адаптации как сферы в целом, так и деятельности ее отдельных предприятий к условиям рынка. Изменившиеся условия требуют иного подхода к управлению и решению проблем предприятий на основе маркетингового мышления, глубокого понимания потребителя. Это значит, что развитие сферы услуг должно опираться, прежде всего, на маркетинговую теорию. И в этом смысле достижения маркетинга последних десятилетий в области понимания потребителя, сегментирования, позиционирования, маркетингового планирования и оперативного маркетинга общепризнанны, значимы и очевидны. Однако это, прежде всего, относится к рынку товаров. Потенциальный ресурс развития сферы услуг заключается в разработке подходов воздействия на индивидуального заказчика. Это требует увязки имеющейся маркетинговой теории с практикой сферы услуг, что возможно путем разработки системы маркетингового управления. Использование инструментов маркетинга и принципов маркетингового управления способствовало в свое время высокому росту товарного производства и укреплению конкурентоспособности предприятий на товарных рынках. В силу особенностей сферы услуг вопрос системного маркетингового подхода, который бы связал воедино все важные маркетинговые аспекты для повышения эффективности и конкурентоспособности деятельности украинских предприятий сферы услуг, становится крайне актуальным[2].

Особое место на рынке услуг занимают коммунальные услуги, услуги по сбору, вывозу и утилизации, твердых бытовых отходов (ТБО), что в первую очередь связано с обеспечением экологической безопасности в стране. Данная проблема – утилизации отходов – является важной для любой страны на современной этапе развития промышленности, сельского хозяйства, транспорта и городской инфраструктуры.

«Повестка дня на XXI век» - исторический документ Конференции 1992 года в Рио-де-Жанейро признал проблему твердых отходов одной из препятствующих устойчивому развитию мирового хозяйства. К ней часто обращаются украинские специалисты, ученые, общественные деятели и организации не только экологического профиля, СМИ. В Украине количество бытовых отходов не отстает от среднеевропейского и составляет около 38—40 млн. кв.м ежегодно (или около 10 млн. тонн). Общая же масса твердых отходов в

стране достигает 1 млрд. тонн ежегодно. По своему составу украинские ТБО отвечают категории переходных стран. Кстати, определить структуру отечественного бытового мусора нелегко — в разных источниках фигурируют данные, часто очень различающиеся между собой.

Следует учесть мировой опыт и перейти к эффективной системе управления отходами. Вместе с тем отечественные специалисты имеют достаточно предложений по обезвреживанию непригодной для переработки массы мусора, такие, как организация полигонов нового типа, внедрение масштабных пиролизных установок, переводение отходов в топливо и прочее[5]. Некоторые разработки в настоящее время внедряются на украинских предприятиях по переработке ТБО, но без эффективной системы финансирования этот процесс может затянуться. Одним из вариантов повышения безопасности перевозок ТБО является введение электронной спутниковой системы слежения GPS GRAD.

Принцип работы спутниковых систем навигации основан на измерении расстояния от антенны на объекте (координаты которого необходимо получить) до спутников, положение которых известно с большой точностью. Таблица положений всех спутников называется альманахом. Каждый спутник передаёт в своём сигнале весь альманах. Таким образом, зная расстояния до нескольких спутников системы, с помощью обычных геометрических построений, на основе альманаха, можно вычислить положение объекта в пространстве. Местоположение определяют путём измерения расстояний от точек с известными координатами-спутников до требуемого объекта. Расстояние вычисляется по времени задержки распространения сигнала от посылки его спутником до приёма антенной GPS-приёмника.

Транспортное средство, выполняющее перевозку ТБО оснащается аппаратурой, состоящей из GPS-модуля определения координат объекта и GSM-терминала связи с сервером обработки информации. Дополнительно в устройстве слежения содержится микроконтроллер, независимая память и аккумулятор. При монтаже устройства в автомобиль дополнительно устанавливаются цифровые входы-выходы, интегрируемые в электросистему. Так можно получать и обрабатывать информацию от различных датчиков, а также активировать различные устройства посредством персонального аккаунта. Система GPSGRAD способна выполнять как стандартные, так и расширенные функции мониторинга и управления автомобилями коммунального предприятия.

Уникальное совмещение спутниковых и топографических карт позволяет диспетчеру максимально быстро, легко и комфортно для восприятия визуализировать местонахождение каждого автомобиля, производящего перевозку ТБО, находящегося в любой точке мира. Система слежения и мониторинга GPS GRAD является лучшим методом контроля состояния, сохранности и местоположения транспорта, а также повышения эффективности деятельности компании: даёт возможность вычислить и исключить нецелевое использование автотранспорта, проконтролировать реальность заявляемых пробегов; контролировать условия эксплуатации транспорта и минимизировать затраты от внештатных ситуаций, обеспечить экологическую безопасность перевозок. Кроме того, выявляется множество "скрытых" выгод, таких как повышение дисциплины водителей, безопасности автомобиля, экономия на звонках.

Рассмотрим внедрение системы GPS GRAD на коммунальном предприятии «Комплекс по вывозу бытовых отходов» г. Харькова. Большегрузный автомобиль расходует топлива на сумму от 15 000 грн, а учитывая постоянный рост его стоимости, сумма будет увеличиваться. Следовательно, только на топливе можно сэкономить от 750 до 3000 грн. Грузовой автомобиль приносит 5000 - 10000 грн. прибыли. Таким образом, сокращение простоев может в перспективе принести еще 500 - 1000 грн. Грузовой автомобиль на эксплуатацию шин (это одна из крупнейших статей затрат) тратит в среднем 1000 - 1800 грн. За счет более точного учета пробегов можно будет сохранить для себя 10- 20% от этой суммы, т.е. еще 100 - 300 грн. Установка системы мониторинга окупится и начнет экономить средства уже через 2-8 месяца после начала эксплуатации.

Таким образом, внедрение системы GPS GRAD позволит получить полную картину сбора и вывоза ТБО: где услуга полностью предоставлена, где и в каком районе и сколько вывозится ТБО с расчетом на одного жителя, что повысит качество обслуживания населения г. Харькова и обеспечит безопасность перевозок.

Литература: 1. Видяпин В. Маркетинг. Изд-во Питер, 2004 г.- 1136 с. 2. Ижорский А.С. Модернизация в сфере услуг/Маркетолог №52. – М.: изд-во «Росмедиа», 2007г.-64 с. 3. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент - СПб: Питер Ком, 1998 – 896с. 4. Липинская А.Г. Влияние маркетинга услуг на рынок потребителей/Новый маркетинг №83. – Киев: Изд-во «Стандарт», 2006г.-88 с. 5. www.SciTecLibrary.ru.