

ОЦІНКА ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ ДЛЯ СИСТЕМИ «ВЕЛОБАЙКУ» У М. ХАРКОВІ

Кобзарєва Г.Ю., студентка

*Науковий керівник: Горова К.О., к.е.н., доцент
Харківський національний автомобільно-дорожній
університет*

У сучасному місті все більш гостро стає проблема швидкого переміщення з однієї точки в іншу. Адже міський (як і особистий моторизований) транспорт далеко не завжди допоможе вам швидко дістатися з одного кінця міста в інший через затруднення руху на дорогах (або просто кажучи, через затори). Підземний транспорт (метро) забезпечує швидке і безпроблемне переміщення, але не покриває всю площу міста.

Тепер в гру вступає велосипед: для нього не існує пробок і поняття "покриття території", адже на велосипеді ви самі вибираєте маршрут, можете переміщатися по тротуару, об'їжджати пробки або ж протискуватися між рядами.

Дана послуга забезпечить проїзд з однієї точки метро до місця прибуття швидше, ніж міський транспорт, та дає можливість велосипед не повертати на ту саму точку, а поставити на ближчу парковку, яка вам підходить.

Дана послуга має такий вигляд: є велосипеди, які мають певну систему оплати та правила використання, є місця парковок, куди ці велосипеди мають бути доставлені. Також є певна система навігації, яка дає змогу знайти вільне місце для повернення велосипеда у систему.

Паркувальні місця повинні бути оснащені спеціальною системою, яка матиме термінал оплати за користування послугою.

Така система на Україні не має аналогів і не використовується, а так як Харків місто з населенням понад мільйон, то така система матиме своїх прихильників.

У 2016 році харківчанином було подано петицію № 1581, яку він залишив на сайті Харківської міської ради.

За словами автора петиції, проїхати на велосипеді в центрі міста майже неможливо.

У список таких вулиць включив: вулицю Сумську, Проспект Науки, Пушкінську вулицю, Клочківську вулицю і вулицю Героїв Праці. Це вулиці, де необхідно, на його погляд, прокласти

велоспедние доріжки. Крім даних вулиць пропоную включити Московський проспект та проспект Гагаріна і Саржин Яр.

Крім того, в Харкові з'явилася суперсучасна велодоріжка протяжністю 7 кілометрів, якою можна користуватися цілий рік. Вона пролягає від перехрестя вул. Сумської та вул. Дерев'яно до Храму Святої цариці Тамари в П'ятихатках.

Ці станції парковок з велосипедами пропонується зробити біля станцій метро та на деяких ділянках, де більше всього є місць для відпочинку людей.

Це такі станції метро: Пушкінська, Київська, Держпром, Наукова, Ботанічний сад, Майдан Конституції, Гагаріна, Спортивна, Захисників України, Університет, Палац спорту, Московський проспект.

Кожен товар або послуга має своє призначення і область використання, для даної послуги ми можемо побачити це у таблиці 1.

Таблиця 1 – Дослідження призначення та області використання послуги

Показники	Характеристики показника
1.Характеристика потреби	Засіб, для пересування з одного місця у інше
2.Опис потреби, яку задовольняє товар	Пересування на вулицях швидшими темпами ніж на міському транспорті та ближче до потрібного місця. Здоровий спосіб життя
3.Товари-субститути	Послуги міського транспорту
4.Товари-комплемнти	Мобільний додаток з навігації
5.Умови ефективного використання товару	Наявність банківської карти та вік старше за 14 років

З таблиці бачимо, що даний товар має свої товари-комплемнти та товари-субститути, також бачимо, що товар задовольняє наші потреби у пересуванні містом. Тому у таблиці 2 роздивимося більш детально характеристики потреб, які задовольняються товаром.

Таблиця 2 – Характеристика потреб, які задовольняються товаром

Ранг потреби	Назва потреби	Ступінь задоволення
Головна	Надання дешевого доступу до велосипедів	повна
Основна	Зменшення витрат часу на дорогу	повна
Допоміжна	Надання можливості ведення здорового способу життя	Частково

Головну потребу послуга задовольняє повністю, так само як і основну потребу, тому можна дійти висновку, що послуга є досить доброю. Допоміжні ж потреби задовольняються послугою частково, але це не є негативною характеристикою послуги, бо самі потреби також не є головними.

Для успішної реалізації своєї послуги організації необхідно диференціювати споживачів, щоб виявити тих з них, які могли б стати потенційними споживачами даної організації. Критерії сегментації ринку для приватних осіб є:

соціальна приналежність - робітники, службовці, пенсіонери, школярі, бізнесмени;

рівень доходу - середній, низький і високий.

Головним чином, попит на дану послугу матимуть працюючі, з середнім доходом і вище, студенти, також буде популярно серед сімей, які проживають в цьому районі і відвідують центр міста та туристів.

Виділимо сегменти:

C1 - працівники та службовці підприємств, що знаходяться в безпосередній близькості;

C2 - студенти, пенсіонери і школярі;

C3 - бізнесмени і люди з доходами вище середнього.

Побудуємо споживчу матрицю по основних споживчих характеристиках: зацікавленість споживача в аналізованій послугу і фінансова можливість потенційних споживачів (таблиця 3).

Таблиця 3 - Матриця споживчих груп

Зацікавленість споживача у даній послугі	Фінансовий потенціал споживача		
	високий	середній	низький
Високий	-	C1	-
Середній	-	-	C2
Низький	C3	-	-

Як ми можемо побачити з матриці, то основними на кого буде орієнтуватися фірма при наданні послуг будуть саме споживачі з середнім та низьким фінансовим потенціалом.