

2. Diversitech Global / 15 Sustainable Manufacturing Examples and Case Studies [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.diversitech-global.com/post/sustainable-manufacturing-examples-and-case-studies> (дата обращения: 25.10.2023).

3. EPA / United States Environmental Protection Agency [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.epa.gov/sustainability/sustainable-manufacturing> (Дата обращения 25.10.2023).

4. 3 Key Elements of Sustainable Industrial Development [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iskalo.com/insights/sustainable-industrial-development/> (дата обращения: 25.10.2023).

РАЗРАБОТКА СЕРВИСА СОСТАВЛЕНИЯ МАРШРУТОВ «БЕСШОВНАЯ ПОЕЗДКА»

В.Б. Сердюк

Научный руководитель А.Г. Окунева
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С.П. Королева.

С каждым днем транспорт становится неотъемлемой частью нашего повседневного существования, оказывая огромное влияние на экономику, культуру, и социальные взаимодействия. Эффективная транспортная инфраструктура является стержнем, который поддерживает функционирование городов, стран и даже континентов, создавая пространство для экономического роста, обмена опытом и инновационных решений.

В особенности в выходные дни часто возникает ситуация, когда пассажир не может приобрести билет на поезд ввиду отсутствия свободных мест по полному маршруту. Однако, как правило, есть возможность приобрести два билета с пересадкой внутри одного поезда (без выхода на улицу). С одной стороны, сервис «Бесшовная поездка» поможет людям купить последние возможные билеты на поезд, а с другой стороны, нарастит продажи РЖД с возможностью предоставления скидки пассажирам.

Помимо сложности с поиском билетов внутри одного маршрута, пассажиры сталкиваются с трудностями при выстраивании их до тех мест, куда нет прямого пути или транспортная дорога закрыта. Человек, который впервые столкнулся с таким будет очень долго искать верный маршрут, который приведет его к цели.

Актуальность данного сервиса будет заключаться в том, что он сможет предоставлять клиентам необходимые билеты в случаях, когда нет прямого сообщения с местом назначения или нет свободного места в нужном поезде на определенную дату.

Другими словами, идея заключается в следующем: поиск билетов с пересадкой внутри поезда с инициацией одновременных платежей за два билета, а так же пристраивание сложных маршрутов в места, где нет прямого сообщения. Кроме того, сервис будет искать альтернативные маршруты автобусом/самолётом и предлагать клиенту «меню».

Цель данной работы – разработка специального сервиса для составления маршрутов до точки назначения.

Задачи:

1. Изучение ситуации на рынке, определение особенностей в транспортном сообщении внутри страны.
2. Выявление потребностей потребителей.
3. Определение и анализ аналогичных сервисом с похожим функционалом.
4. Разработка концепции «Бесшовная поездка».
5. Определение участников процесса, их роли.

6. Обозначение преимуществ и недостатков данного сервиса.

Перейдем к описанию самого проекта. «Бесшовная поездка» будет включать в себя 2 направления:

1. Первый будет подразумевать непосредственное взаимодействие с РЖД, – пересадка внутри вагона, меняя лишь место внутри поезда.
2. Второй будет предлагать комбинированный маршрут из нескольких составных частей – смена транспорта.

Рассмотрим участников этих процессов и их роли:

1. Клиент. Этот участник сервиса выполняет свои классические действия при покупке ж/д билетов, но при использовании «Бесшовной поездки» клиент сможет добраться до желаемого пункта назначения, даже если в приложении отсутствуют билеты до него, а также сравнивать альтернативные варианты и их цены. Этот сервис позволит приобрести два билета с пересадкой внутри одного поезда.
2. Приложение РЖД и “сервер маршрутов” образуют среду, в которой клиент может выбрать для себя наилучший вариант “бесшовной поездки”.
3. Партнеры. Являются партнёрами сервиса, которые помогают в поиске альтернативных маршрутов.

Для более полной картины рассмотрим целевую аудиторию. Проекта и маркетинг.

Данный сервис будет рассчитан на человека, которому необходимо доехать из города А город Б внутри России. Если рассматривать более детально, то в ЦА будут входить люди, которые часто отправляются в командировку, живут на несколько городов, совершают поездки в другие страны. В сезонное время этот список будет расширяться.

Компания “РЖД” является монополистом в области транспортного ж/д сообщения, поэтому мы предлагаем интегрировать наш сервис в процесс подбора подходящего билета, это будет выглядеть как кликабельная кнопка “Бесшовная поездка”, переходя по которой человек попадает на новую страницу, где ему предлагают уже готовые пути следования до конечной точки с помощью покупки 2х билетов. Но пассажиру будут предложены и альтернативные маршруты с другими видами транспорта и ценами на них.

Основная узнаваемость пойдет из рекламной компании, проводимой совместно с РЖД, так как это выгодно и платежной системе, и транспорту. Так же можно рассмотреть вариант оповещений: когда человек заходит на страницу покупки билета или в личный кабинет РЖД, ему будет приходить оповещение о новой функции, а также при невозможности найти подходящий билет, будет всплывать окно с “Бесшовной поездкой”.

Человек будет использовать этот сервис, так как поезд зачастую единственный вариант добраться до точки назначения, поэтому выстраивание альтернативного маршрута автоматически позволяет человеку сразу видеть готовый вариант билетов, а не искать самостоятельно и состыковывать время.

Постоянно, одним из преимуществ нашего сервиса является то, что человек, не покидая поезда, а лишь меняя место, продолжает путешествие. Тем более, как писалось выше, система самостоятельно подбирает оптимальный путь с минимальными временными и денежными затратами.

Также стоит отметить, что по правилам РЖД, билеты до даты отъезда можно купить за 90 дней, таким образом, если рассматривать ситуацию, что человек ищет билет спонтанно за несколько дней до момента отправления, билетов может не быть. В этот момент наш сервис будет просто незаменим.

Внедрение данного проекта принесет заметные выгоды для всех участников:

Клиент-покупатель:

1. Увеличивается вероятность, что будет подходящий билет и человек сможет доехать до места назначения.
2. Предоставления скидки на оплату билетов, чтобы снизить затраты на оплату 2-х билетов одновременно.

3. Покупателю не нужно самостоятельно искать “пересадки”, так как система автоматически создает подборку билетов под его маршрут.
4. Исключается ситуация, когда человек сам покупает один из билетов до промежуточного места, а за это время кто-то покупает второй. Это выполняется благодаря сервису, который инициирует сразу 2 платежа одновременно, чтобы исключить вероятность отмены поездки.

Транспортная компания:

1. Снижаются издержки за простой места в поезде
2. Увеличивается прибыль, так как система “заполняет пробелы” путем продажи двойного билета.
3. Повышается лояльность к компании, так как в глазах потребителей она заботится о них и слышит о проблемах, которые возникают при бронировании билетов и их оплаты.

Партнёры:

1. Увеличивается число купленных авиабилетов и забронированных отелей через них, что повышает их комиссионный доход.

Чтобы данный продукт был востребован на рынке, необходимо четко определить его конкурентные преимущества и основных конкурентов. Главный конкурент – компании и приложения, которые оказывают транспортные услуги по отдельности.

Для того, чтобы на рынке потребители больше обращали внимание на новый сервис, нужно предложить им то, что позволит решить все проблемы с передвижением:

1. Главное УТП - возможность добраться до конечной точки даже если нет прямых билетов. Для этого клиенту просто необходимо воспользоваться сервисом “Бесшовная поездка”, который составит оптимальный путь следования в одном поезде, меняя лишь место внутри него, а также сравнить предложенный вариант с альтернативными маршрутами.

Данный сервис имеет несколько отличительных особенностей, которые выделяют его на фоне конкурентов:

1. Полезность – данный сервис принесет пользу не только человеку, но и бизнесу. Если человеку необходим билет до конечной точки, где нет свободных мест, то он с большей вероятностью использует наш сервис, который доставит его в любом случае. При этом путешественник добирается до места назначения, а транспортная компания увеличивает выручку за счет дополнительно проданных билетов и заполненных мест внутри вагона.
2. Уникальность – такого сервиса еще нет на рынке наземного сообщения (железные дороги), следовательно, он имеет абсолютные конкурентные преимущества. Для него нет замены на рынке, так как технология является новой для ЖД сообщения.
3. Защищенность – для данного сервиса разрабатывается новая система, которая будет объединять в себе поиск подходящего маршрута, а также сразу инициировать двойную покупку. После создания на него будет присвоено авторское право, что не даст возможности скопировать или применить данную технологию без разрешения разработчиков. Также внутренняя разработка будет сокрыта коммерческой тайной, чтобы избежать того же копирования.
4. Ценность – целью данной разработки является не только извлечение прибыли и популяризации сервиса, но и забота о потребителях и решение их проблем с транспортировкой. “Бесшовная поездка” позволяет людям добираться до любого места, даже если нет прямого сообщения, сравнивать подобранный маршрут с альтернативами.

В связи с текущей ситуацией и введенными ограничениями на передвижение, разработка и дальнейшая реализация сервиса позволит облегчить путешествия и командировки потребителям, увеличивая при этом прибыль компании.

Совмещая в себе пересадку внутри вагона и комбинацию маршрутов, сервис закрывает все важные потребности клиента, такие как удобство, небольшая длительность, стыковка между различными видами транспорта и простота в выборе собственного пути следования.

Список использованных источников

1. <https://www.rzd.ru/> (дата обращения 20.11.2023г.)

АНАЛИЗ ЦЕНООБРАЗУЮЩИХ ФАКТОРОВ НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. О. САМАРА

Я.Д. Степанова

Научный руководитель Е.П. Ростова
Самарский национальный исследовательский университет
имени академика С. П. Королёва

В настоящее время рынок жилой недвижимости развивается всё больше и больше. Существует бесчисленное множество предложений о продаже и аренде жилья, а поэтому покупателю, как основному субъекту рынка недвижимости, становится все сложнее найти подходящий вариант. Рыночная стоимость жилья зависит от многих факторов, одни из которых уменьшают, а другие, наоборот, существенно увеличивают цену объекта недвижимости.

Факторы, влияющие на формирование цены объекта можно разделить на пять основных групп: экономические (уровень занятости, доходов населения; уровень инфляции, спрос и предложение на рынке и т.д.); политические (политика государства в экономическом секторе, состояние законодательно-нормативной базы и др.); социально-демографические факторы (численность и плотность населения, возрастной состав населения, миграция и т.д.); географические факторы (природа, климат, природные ресурсы и др.); технические факторы (технология строительства, организация строительства и др.) [1]. Помимо данной классификации, существует деление ценообразующих факторов по уровню влияния: первый уровень – факторы, влияющие на рынок недвижимости в целом; второй уровень – локальные факторы, действующие в масштабах округа, города, района; третий уровень – факторы, связанные с объектом недвижимости. В соответствии с ценовыми и качественными характеристиками формируются категории недвижимости.

Рынок жилой недвижимости в г. Самара постоянно развивается. На стоимость жилья повлияли внешние факторы, поэтому стоимость жилья серьезно изменилась за последние 3 года. Для примера рассмотрим изменение цен на однокомнатные квартиры в период с 2017 по 2023 г.г. Заметим, что с 2020 года начался рост цен на «вторички» и жильё в новостройках. В 2021 году произошёл резкий скачок, и цены на недвижимость стремительно поднялись вверх. На сегодняшний день примерная стоимость однокомнатной квартиры в новостройке составляет 4 571 515 р. (+15,54%). Вторичное жильё, в среднем, обойдется в 3 582 625 р. (+5,48%). [2]