

руху на території нашої країни та дозволить більш рціонально використовувати фінансові та матеріальні ресурси.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1 Богомолова Н.І. Організаційно-економічні основи прискорення залізничних перевезень: монографія./ Н.І. Богомолова; за ред. С.М. Сича. – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2009. – 240 с.

2 Інтегральна ефективність швидкісних залізничних магістралей: монографія / [Пашенко Ю.Є., Гончаров М.Ю., Кранц Й.М. та ін.]; за ред. С.І. Дорогунцова. – К.: РВПС України НАН України, 2005. – 266 с.

3 Курган М.Б. Вплив підвищення швидкості поїздів на витрати, пов'язані із зносом колійної інфраструктури /М.Б. Курган, Д.М. Корженевич, Ю.С. Бараш //Вісник Дніпр. націон. ун-ту залізничного транспорту. – 2008. – № 21. – С. 233-239.

4 Сич Е.М. Концепція життєвого циклу верхньої будови колії / Е.М. Сич, М.А. Демченко // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія: Економіка і управління. – Дніпропетровськ, ДЕТУТ. – 2010. – Вип. 16. – С. 46 - 57

5 Путьевое хозяйство: учебник для вузов ж.-д. транс. / [И.Б. Лехно, С.М. Бельфер, Э.В. Воробьев и др.]; под ред. И.Б. Лехно // Москва: «Транспорт», 1990. – 472 с.

6 Шиш В.О. Особливості розробки Генеральної схеми розвитку залізничного транспорту України на період до 2020 року/ В.О. Шиш// Залізничний транспорт України. – 2009. - №6. – С. 38 – 40.

7 Положення про систему ведення колійного господарства на залізницях України / [Е.І. Даніленко, М.І. Карпов, В.О. Яковлев та ін.] – К., 2010. – 67 с.

8 Офіційний веб-сайт «Укрзалізниці» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.uz.gov.ua/>

**Аннотація.** В статті рассмотрені основні передумови створення обособленого підрозділу в структурі управління путьовим господарством при впровадженні швидкісного руху в нашій країні.

**Ключевые слова:** железнодорожная сеть, путь, организация, скоростное движение.

**Summary.** In the article the basic preconditions of creation of a separate subdivision in the structure of management in the introduction of high-speed movement in our country.

**Keywords:** the railway network, the path, the organization, the speed of movement.

*Рецензент к.е.н., доцент УкрДАЗТ Уткіна Ю.М.*

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Токмакова І.В.*

УДК 658:656.13.033

## ВИЗНАЧЕННЯ ТАРИФІВ НА ПЕРЕВЕЗЕННЯ ПАСАЖИРІВ АВТОМОБІЛЬНИМ ТРАНСПОРТОМ

*Легкий С.А., здобувач (ХНАДУ)*

Розглянуто існуючі методи ціноутворення, визначено їх переваги і недоліки. Наведено розроблений методичний підхід до визначення тарифів на перевезення пасажирів автомобільним транспортом та алгоритм його реалізації. Запропонований підхід дозволяє більш повно врахувати при визначенні тарифів споживчу цінність послуги, тип ринкової структури, собівартість, рівень конкуренції.

**Ключові слова:** тариф, споживча цінність, собівартість, метод визначення.

**Постановка проблеми.** В умовах розвитку ринкових відносин, удосконалювання виробництва, загострення конкурентної боротьби, маркетинговий підхід до ціноутворення на товари та послуги, який орієнтований на врахування інтересів виробників і споживачів є найбільш прийнятним для підприємств та організацій. Особливе значення даний підхід здобуває на ринках, що відзначаються високою динамікою зміни умов та невизначеністю через постійне коригування рівня ціни відносно цін конкурентів, при зміні потреб та запитів споживачів, урядової

політики та ін. Тому проблема застосування маркетингового підходу до ціноутворення на послуги пасажирського автомобільного транспорту є особливо актуальною.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проведений аналіз останніх досліджень і публікацій [1–7] дозволяє зробити висновок, що при встановленні тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту використовується витратний підхід до ціноутворення, який не в повній мірі враховує

інтереси пасажирів та ринкові умови здійснювання перевезень.

Ціннісний метод визначення тарифів на перевезення пасажирів автомобільним транспортом практично не застосовується через труднощі визначення споживчої цінності даних послуг, врахування інших ринкових факторів ціноутворення.

Маркетинговий підхід до ціноутворення на послуги вантажного автомобільного транспорту, що дозволяє усунути недоліки витратного і ціннісного методів, враховує інтереси споживачів і перевізників [8; 9] не може бути без удосконалення використаний для визначення тарифів на перевезення пасажирів автомобільним транспортом. Перш за все удосконалення повинно враховувати особливості реалізації інтересів

споживачів і виробників, визначення споживчої цінності та дію інших факторів на ринку пасажирських автомобільних перевезень.

### **Формулювання цілей статті.**

Обґрунтувати методичний підхід до визначення тарифу на перевезення пасажирів автомобільним транспортом на основі маркетингового підходу з урахуванням сприйнятої споживачами цінності, типу ринку й завдань позиціонування.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

На підставі проведеного аналізу методичних підходів до визначення транспортних тарифів, виявлення їх переваг і недоліків, пропонується наступний методичний підхід до визначення тарифу на послуги пасажирського автомобільного транспорту та алгоритм його реалізації (рис. 1).



Рис. 1. Алгоритм визначення тарифу на послуги пасажирського автомобільного транспорту

Визначення тарифу на послуги пасажирського автотранспорту ілюструємо на підставі даних, отриманих в результаті проведення маркетингових досліджень на міському автобусному маршруті № 47 «ХБК – АС Центр» м. Донецьк в рамках державної теми «Організація міських пасажирських перевезень» (номер держреєстрації 0107U002151).

На першому етапі визначається споживча цінність транспортної послуги, згідно розробленому у роботі [10] методичному підходу (споживча цінність на одну поїздку пасажира на маршруті у години пік складає 0,61 грн., у міжпікові години – 0,57 грн.).

На другому етапі визначається економічна цінність транспортної послуги, згідно методичним рекомендаціям [4]. Економічна цінність дорівнює 1,33 грн. На цьому ж етапі проводиться аналіз

внутрішнього середовища підприємства (власних витрат) на предмет можливості виконання завдань позиціонування і його стратегії з максимальною ефективністю та визначення на їх підставі вимог до собівартості послуги (можливості зниження собівартості перевезення та підвищення споживчої цінності). Проведений аналіз внутрішнього середовища підприємства, що здійснює перевезення на маршруті № 47 дозволяє зробити висновок, що у підприємства не має можливості для зниження собівартості послуги та підвищення її споживчої цінності.

На третьому етапі визначається тариф на послуги пасажирського автомобільного транспорту з урахуванням економічної та споживчої цінності ( $T_{\text{п}}$ ). Тариф даної транспортної послуги складається з економічної ( $\text{Ц}_{\text{ек}}$ ) та споживчої цінності ( $\text{Ц}_{\text{сп}}$ ):

$$T_{ц} = Ц_{ЕК} \pm Ц_{СП}, \text{ грн.} \quad (1)$$

Необхідно відзначити, що споживча цінність може змінюватися за годинами доби. Тому необхідно додатково проводити відповідні

маркетингові дослідження щодо встановлення характеру зміни даної цінності за годинами доби.

В нашому випадку характер зміни споживчої цінності за годинами доби має наступний вигляд (рис. 2).

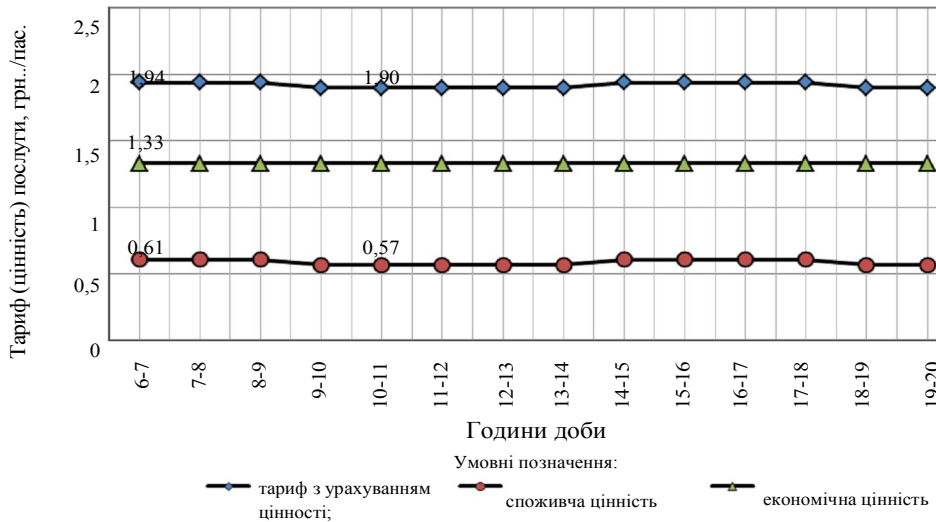


Рис. 2. Зміна тарифу на послуги пасажирського автомобільного транспорту

Аналіз графіку зміни споживчої цінності (рис. 2) дозволяє зробити висновок, що вона суттєво не змінюється за годинами доби. Тому, при визначенні тарифу на послуги з перевезення пасажирів на маршруті № 47 вважаємо споживчу цінність постійною й приймаємо на рівні середнього значення за годинами доби (0,59 грн.). Проте, в інших випадках необхідно враховувати наявну зміну споживчої цінності за годинами доби.

Враховуючи вищевідзначене, рекомендуємо графічно проводити визначення даного тарифу, на підставі графіку залежності споживчої та економічної цінності послуги від годин доби (рис. 2).

Отже, тариф на послуги з перевезення пасажирів на маршруті № 47 з урахуванням економічної та споживчої цінності  $T_{ц}$  дорівнює 1,92 грн., який з метою зручності розрахунків округляємо до 2,0 грн.

На четвертому етапі на підставі маркетингових досліджень за методикою О.В. Смірної [11], враховуючи її зручність та універсальність (дозволяє встановити тип

структури ринку як за якісними або кількісними показниками його ознак так і за їх комбінацією) встановлюється тип ринку послуг з перевезення пасажирів автомобільним транспортом.

Результати дослідження (якісні та кількісні ознаки даного ринку) заносимо в складену на основі класифікаційної таблиці [11] матрицю ступеня подібності ринку до кожного з типів ринкової структури, попередньо перетворив їх значення в порядкову шкалу (табл. 1).

Якщо ринок послуг з перевезення пасажирів є олігополістичним або ринком монополістичної конкуренції, то врахування конкуренції є обов'язковою умовою. Якщо ринок послуг є монополістичним або ринком вільної конкуренції, то врахування конкуренції не здійснюється.

На підставі даних табл. 1 робимо висновок, що ринок послуг з перевезення пасажирів на маршруті № 47 є олігополістичним, що потребує врахування конкуренції при встановленні тарифу.

Матриця ступеня подібності ринку до кожного з типів ринкової структури

Критерій класифікації	Актуальне значення	Значення критерію	Тип ринкової структури					
			Монополія	Олігополія	Квазімонополія	Монополістична конкуренція	Квазидосконала конкуренція	Досконала конкуренція
Кількість підприємств-перевізників	7	0,25	0	1	0	0	0	0
Індекс концентрації	0,7	0,75	0	1	1	0	0	0
Індекс Херфиндаля-Хіршмана	2900	0,75	0	1	0	0	0	0
Бар'єри входу-виходу	Незначні	0,25	0	0	0	0	1	0
Контроль над тарифами	Змінюються в широкому діапазоні	0,75	0	1	1	0	0	0
Ступінь невизначеності (інформованості)	-1,5	1,0	0	0	0	0	0	1
Ступінь диференціації послуги	Стандартна послуга	0,5	0	0	0	1	0	0
Еластичність попиту за ціною	-0,8	0,25	0	1	1	0	0	0
Міра подібності	-	-	0	5	3	1	1	1

Однак, тарифи на перевезення пасажирів і їх поклажі у міському, приміському і міжміському сполученні належать до державних регульованих тарифів. Тому, врахування конкуренції при встановленні тарифу на таких маршрутах та встановлення цінової стратегії не здійснюється. Отже, тариф транспортної послуги на маршруті № 47 встановлюємо на рівні тарифу з урахуванням економічної та споживчої цінності (2,0 грн.).

В інших випадках, (на маршрутах регулярних спеціальних та нерегулярних перевезень, при міжнародних, таксомоторних перевезеннях, перевезеннях пасажирів легковими автомобілями на замовлення, де використовуються вільні тарифи), в залежності від типу ринку, врахування конкуренції є необхідною умовою.

Аналіз літературних джерел [12–19] дозволяє зробити висновок, що вчені рекомендують враховувати вплив конкуренції на підставі дослідження відповідності рівнів цін конкурентів якості їх товарів (послуг) та зіставлення з ціною та якістю власної продукції (послуги). При цьому ціни конкурентів беруться як відправна крапка досліджень. Іншими словами врахування конкуренції здійснюється з метою позиціонування своєї пропозиції стосовно пропозиції конкурентів.

Тому, далі необхідно встановити рівень якості послуг конкурентів та їх тарифи. Вищенаведені автори пропонують здійснювати дане завдання на підставі аналізу інформаційних прайсів,

прейскурантів та безпосередньо за допомогою опитування споживачів.

Отже, ми підтримуємо їхню точку зору та пропонуємо проводити встановлення рівня якості послуг конкурентів допомогою анкетування споживачів. При цьому оцінку якості рекомендуємо здійснювати за теоретичними та методичними рекомендаціями, що представлені в роботі [20].

На п'ятому етапі проводиться встановлення цінової стратегії у відповідності до встановленого типу ринку послуг з перевезення пасажирів з урахуванням рівня споживчої та економічної цінності, цін та якості послуг конкурентів.

На шостому етапі проводиться визначення тарифу на послуги пасажирського автомобільного транспорту у відповідності до обраної цінової стратегії, з урахуванням економічної та споживчої цінності та прийняття рішення про позиціонування. При встановленні рівня пропонованого тарифу стосовно тарифів конкурентів (позиціонування), необхідно також враховувати й такі фактори як вплив попиту (характер розподілу пасажиропотоку, еластичність попиту) та ін.

**Висновки.** Таким чином удосконалено методичний підхід до визначення тарифу на перевезення пасажирів автомобільним транспортом. Новизна даного підходу полягає у врахуванні при встановленні тарифу сприйманої споживачами цінності, типу ринку й завдань позиціонування.

### СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Про автомобільний транспорт [Електронний ресурс] / Закон України: офіц. текст: за станом на 23 лютого 2006 року // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу до документу: [http://www.uazakon.com/documents/date\\_ci/pg\\_gbntxy.htm](http://www.uazakon.com/documents/date_ci/pg_gbntxy.htm)
2. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] / Закон України: офіц. текст: за станом на 27 березня 2007 року // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу до документу: <http://www.uazakon.com/document/tpart17/isx17241.htm>
3. Про Положення про державне регулювання цін (тарифів) на продукцію виробничо-технічного призначення, товари народного споживання, роботи і послуги монопольних утворень [Електронний ресурс] / Постанова Кабінету міністрів України № 135 від 22.02.1995 року // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/135-95-p>
4. Про затвердження Методики розрахунку тарифів на послуги пасажирського автомобільного транспорту [Електронний ресурс] / Наказ Міністерства транспорту та зв'язку України № 1175 від 17.11.2009 року // Закони України. Інформаційно-правовий портал. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/z1146-09>
5. Донецький городской пассажирский транспорт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.transport.donetsk.ua>
6. Данілова Л.Л. Ціноутворення та маркетингова цінова політика: Навч. посіб. / Л.Л. Данілова, С.В. Петровська. – К.: Київ. Нац.торг. – екон. ун-т, 2006. – 130 с.
7. Пінішко В.С. Ціни і ціноутворення. Навчальний посібник. / В.С. Пінішко. – Львів: «Інтелект-Захід», 2006. – 488 с.
8. Шинкаренко В.Г. Совершенствование маркетингового подхода к определению цены / В.Г. Шинкаренко, Т.Г. Тохтарь // Развитие методов управления та господарювання на транспорті: зб. наук. праць. – Одесса: ОНМУ. – 2005. – Вип. 23. – с. 115–122.
9. Шинкаренко В.Г. Определение цены автотранспортной услуги на основе ее ценности / В.Г. Шинкаренко, Т.Г. Тохтарь // Экономика транспортного комплекса: зб. наук. праць. – Харків: ХНАДУ. – 2005. – Вип. 8. – с. 53–58.
10. Шинкаренко В.Г. Визначення споживчої цінності послуги пасажирського автомобільного транспорту / В.Г. Шинкаренко, С.А. Легкий // Экономика транспортного комплекса. Збірник наукових праць. – Харків: ХНАДУ. – 2012. – Вип. 19. с. 80–93.
11. Смирнова Е.В. Методика определения типа структуры товарного рынка // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2011. – №8. – Режим доступа: <http://www.uccs.ru>
12. Деева А.И. Цены и ценообразование: Учебное пособие. / А.И. Деева. – М.: Издательство «Экзамен», 2003. – 288 с.
13. Ерухимович И.Л. Ценообразование: Учеб.-метод. пособие. – 3-е изд., стереотип. / И.Л. Ерухимович. – К.: МАУП, 2003. – 108 с.
14. Цены и ценообразование: Учебник для вузов. / [Васильева Е.К., Ведерникова Н.И., Дмитриев А.Л. и др.]; под. ред. Есипова В.Е. – 4-е изд. – СПб.: Питер, 2004. – 560 с.
15. Павленко А.Ф. Маркетингова політика ціноутворення: Монографія. / А.Ф. Павленко, В.Л. Корінев. – К.: КНЕУ, 2004. – 332 с.
16. Шкварчук Л.О. Ціноутворення. Підручник. / Л.О. Шкварчук. – К.: Кондор, 2006. – 460 с.
17. Мельник Л.Г. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник. / Л.Г. Мельник, Л.В. Старченко, О.І. Карінцева. – Суми: ТОВ «ВТД «Університетська книга», 2007. – 240 с.
18. Баздникін А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие для вузов. / А.С. Баздникін. – М.: Юрайт, 2008. – 332 с.
19. Шевчук Д.А. Ценообразование : учеб. пособие / Денис Александрович Шевчук. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2008. – 240 с.
20. Криворучко О.Н. Управление качеством услуг предпринятый пассажирского автомобильного транспорта: Монография. / О.Н. Криворучко, Т.Е. Василенко. – Харьков: Издательство ХНАДУ, 2006. – 154 с.
21. Галицкий Е.Б. Методы маркетинговых исследований. / Е.Б. Галицкий. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 398 с.
22. Ванчикова Е.Н. Маркетинговые исследования. Учебное пособие. / Е.Н. Ванчикова. – Улан-Удэ: Изд-во ВСГТУ, 2005. – 160 с.
23. Орлов А.И. Организационно-экономическое моделирование: учебник : в 3 ч. / А.И. Орлов. – М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э. Баумана. – 2009. Ч. 2: Экспертные оценки. – 2011. – 486 с.
24. Голубков Е.П. Технология принятия управленческих решений. / Е.П. Голубков. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2005. – 544 с.

**Анотація.** Розглянуто існуючі методи ціноутворення, визначено їх переваги і недоліки. Наведено розроблений методичний підхід до визначення тарифів на перевезення пасажирів автомобільним транспортом та алгоритм його реалізації. Запропонований підхід дозволяє більш повно врахувати при визначенні тарифів споживчу цінність послуги, тип ринкової структури, собівартість, рівень конкуренції.

**Ключевые слова:** тариф, споживча цінність, собівартість, метод визначення.

**Summary.** The existent methods of pricing, their certain advantages and failings, are considered. The developed methodical going is resulted near determination of tariffs on carrying passengers and algorithm of his realization a motor transport. The offered method allows more fully to take into account at determination of tariffs the consumer value of favour, type of market structure, prime price, level of competition.

**Keywords:** tariff, consumer value, prime price, method of determination.

*Рецензент д.е.н., професор ХНАДУ Шинкоренко В.Г.  
Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Якименко Н.В.*

УДК 338.512

### МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА ВИЗНАЧЕННЯ ВИТРАТ НА ЕКСПЛУАТАЦІЙНЕ УТРИМАННЯ АВТОМОБІЛЬНИХ ДОРІГ ЗАГАЛЬНОГО КОРИСТУВАННЯ

*Лисенко А.О., асистент (ХНАДУ)*

*В статті проводиться аналіз методичних засад визначення витрат на експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування. Акцентується увага на використанні дорожніми підприємствами нормативного методу формування та визначення витрат як максимально можливого для використання при будівництві, ремонті та експлуатації автомобільних доріг. Визначаються особливості формування витрат на експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування у вигляді механізму визначення договірної ціни.*

**Ключові слова:** витрати, дорожнє підприємство, автомобільні дороги, експлуатація, утримання, нормативи.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Важливим інструментарієм управління витратами на підприємствах дорожнього господарства є специфічні методи їх формування та визначення. Вибір того чи іншого методу визначення витрат ускладнюється через низку об'єктивних факторів, що створюють передумови для розвитку відповідного методичного апарату й зумовлюють вибір теми дослідження.

Аналіз транспортно-експлуатаційного стану дорожньої мережі України показав, що останнім часом рівень розвитку дорожньої галузі в країні залишається на досить низькому рівні й значно відстає від темпів зростання транспортних витрат народного господарства. Першочерговим завданням покращення стану українських автомобільних доріг є своєчасне та якісне виконання робіт з їх експлуатаційного утримання в межах встановлених обсягів державного фінансування.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальність обраної тематики дослідження підтверджено значною кількістю наукових праць вітчизняних й зарубіжних вчених в сфері управління витратами, зокрема: Ю.В. Архипової [1], Ю.М. Великого [2], Г.А. Макухіна [3], Ю.С. Погорелова [3], В.В. Прохорової [2], І.А. Шапіро [4] та інших.

Невирішені складові загальної проблеми. Аналіз теоретичних засад управління витратами дорожньої галузі зазначив, що до теперішнього часу практично відсутня процедура вибору для конкретного дорожнього підприємства найбільш

прийнятного методу. Центральне місце серед існуючих належить нормативному методу формування та визначення витрат як максимально можливого для використання при будівництві, ремонті та експлуатації автомобільних доріг. За умов мінімальної можливості будівництва та реконструкції дорожньої мережі саме експлуатаційному утриманню відводиться важливе місце в структурі дорожньо-будівельних робіт, завдяки можливості підтримки на достатньому рівні споживчих властивостей автомобільних доріг та безпеки дорожнього руху. Отже, питання детального дослідження методики формування та визначення витрат на експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування потребують особливої уваги.

**Мета статті.** Метою дослідження є аналіз методичних засад визначення витрат на експлуатаційне утримання автомобільних доріг загального користування з відокремленням головних особливостей їх формування у вигляді певного механізму.

**Основний матеріал дослідження.** Вибір нормативного методу формування витрат в дорожньому господарстві (аналога закордонного методу стандарт-кост) зумовлено безпосереднім зв'язком економічних результатів діяльності дорожньо-будівельного підприємства з інженерними оцінками і розрахунками, прогнозними споживанням виробничих ресурсів, вивченням трудових операцій. Крім того, нормативи витрати, що базуються на результатах таких оцінок, повинні враховувати