

УДК 338.47; 656.078.8

*Анна Брайковська
Оксана Никитенко*

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ОПЕРАТОРА ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА РИНКУ ВАНТАЖНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Відповідно до основних підходів на побудову та умови функціонування ефективного підприємства транспорту, а також тенденцій розвитку міжнародного ринку транспортних послуг автори статті обґрунтовують актуальність управління конкурентоспроможністю операторською компанією відповідно до холістичної («цілісної») концепції.

Ключові слова: конкурентоспроможність, операторська компанія, ринок вантажних перевезень, залізничний транспорт.

В соответствии с основными подходами к построению и условиям функционирования эффективного предприятия транспорта, а также тенденциями развития международного рынка транспортных услуг авторы статьи обосновывают актуальность управления конкурентоспособностью операторской компанией согласно холистической («целостной») концепции.

Ключевые слова: конкурентоспособность, операторская компания, рынок грузовых перевозок, железнодорожный транспорт.

According to the basic approaches to building and operating conditions of effective transport companies, as well as trends in the international transport market the authors justify the relevance of competitiveness management company in accordance with the holistic («whole») concept.

Keywords: competitiveness, operator company, freight market, rail.

Актуальність проблеми. Транспортний сектор відіграє важливу роль у соціально-економічному розвитку країни, адже розвинена транспортна система є передумовою економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності національної економіки і якості життя населення. Курс на інтеграцію до ринку транспортних послуг країн ЄС обумовлюється прагненням держави забезпечити розвиток експорту транспортних послуг та ефективніше використовувати транзитний потенціал. За умови виходу на відкритий міжнародний ринок транспортних послуг набуває актуальності питання підвищення конкурентоспроможності національної транспортної системи. Як зазначалось в [5], в сучасних умовах ринкової економіки набуває особливого значення забезпечення конкурентоспроможності окремих суб'єктів ринку транспортних послуг, адже це є запорукою конкурентоспроможності галузі в цілому.

© Брайковська А. М., Никитенко О. В., 2013

З огляду на вищезазначене в період реформування залізничного транспорту [6] особливої актуальності набуває всебічне вивчення проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств залізничного транспорту.

Аналіз останніх наукових досліджень. Дослідженням різних аспектів управління конкурентоспроможністю займалися такі провідні економісти як: М. Портер, І.Г. Ансофф, А. Томпсон та А. Стрікленд, Р. А. Фатхутдінов та ін. Дослідженням конкурентоспроможності транспорту та підприємств транспорту приділили увагу низка провідних вітчизняних вчених: Бараш Ю. С., Богомолова Н. І., Дикань В. Л., Ейтутіс Г. Д., Колесникова Н. М., Макаренко М. В., Сич Є.М., Цветов Ю.М., Чорний В.В. та ін., а також науковці близького зарубіжжя: Абалонін С. М., Абрамов О., Азоев Г.Л., Галабурда В. Г., Терьошина Н. П. тощо. Дослідження вищезазначених вчених фокусуються на розв'язанні окремих економіко-організаційних питань проблематики переходу до нових економічних умов функціонування транспорту, а також визначення пріоритетних напрямів підвищення його конкурентоспроможності на світовому ринку транспортних послуг. Значну увагу науковці приділили оцінці конкурентоспроможності підприємств транспорту, напрямам підвищення конкурентоспроможності та конкурентним перевагам окремих видів транспорту. Проте вивченню питання забезпечення конкурентоспроможності оператора залізничного транспорту не було приділено достатньо уваги.

Мета роботи. Метою даної статті є виявлення актуальних підходів до забезпечення конкурентоспроможності оператора залізничного транспорту на ринку вантажних перевезень.

Виклад основного матеріалу. Значення розвитку конкуренції на ринку транспортних послуг полягає не лише в стимулюванні зниження витрат конкуруючих окремих суб'єктів господарювання, а також у появі об'єктивних критеріїв оцінки якості обслуговування, що є запорукою підвищення ефективності галузі в цілому.

Конкурентоспроможність – багатоаспектне поняття, для його характеристики використовуються такі поняття як: відносні витрати (Д. Рікардо), відносна забезпеченість факторів виробництва і порівняльних переваг (Є. Хекшер, Б. Олін), порівняння конкурентних переваг, чинники управління та продуктивність використання ресурсів (М. Портер), конкурентний статус фірми (І. Ансофф). Основними сферами підвищення конкурентоспроможності виступають: – управління інноваціями та технологіями; – процес виробництва; – використання інформації; – управління людськими ресурсами; – управління змінами тощо.

Як зазначає Азоев Г. Л. та Челенков Л. П. «Конкурентоспроможність підприємства – це можливість ефективно розпоряджатися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку, розробка і реалізація конкурентоспроможних товарів». Конкурентоспроможність підприємства є результатом «конкурентних переваг за всім спектром проблем управління компанією»[2]. Тобто підприємство треба розглядати як систему, конкурентоспроможність якої залежить: – від конкурентоспроможності її входу, тобто ресурсного потенціалу; – від конкурентоспроможності кожної підсистеми підприємства та їх взаємодії; – від конкурентоспроможності виходу, тобто товару. Таким чином, при входженні на новий ринок та прийнятті рішень щодо діяльності підприємства необхідна оцінка підприємства в цілому.

С. В. Мочерний під конкурентоспроможністю розуміє здатність працювати прибутково, використовуючи всі наявні фактори виробництва і виробляти продукцію за певними параметрами кращу, ніж продукція конкурентів [9].

О. І. Зоріна та О. В. Сиволовська визначають конкурентоспроможність транспортного підприємства як спроможність забезпечувати пропозицію транспортних послуг найкращим чином, у порівнянні з конкурентами, задовольняти вимоги різних сегментів транспортного ринку за умови дотримання стандартів якості підприємства та стандартів галузі [10]. Ми ж, погоджуючись з авторами [8], пропонуємо розглядати конкурентоспроможність транспортного підприємства як здатність задовольняти платоспроможний попит клієнтів на перевезення заданими обсягом та якістю, що дозволить зайняти чільне місце на ринку транспортних послуг та отримати максимально корисний ефект.

Серед показників конкурентоспроможності підприємства традиційно відокремлюють:

- показники, що характеризують ефективність виробничої діяльності фірми (витрати виробництва на одиницю продукції; фондівдача у вартісному вираженні; рентабельність товару, що характеризує ступінь прибутковості виробництва товару; продуктивність праці у вартісному вираженні на людину, що відображає ефективність організації виробництва та використання робочої сили);

- показники фінансового стану організації (коефіцієнт автономії; коефіцієнт платоспроможності; коефіцієнт абсолютної ліквідності);

- показники ефективності організації збуту і просування товару (рентабельність продажів; коефіцієнт затовареності готовою продукцією; коефіцієнт завантаження виробничої потужності; коефіцієнти ефективності маркетингових комунікацій);

- показники конкурентоспроможності товарів (якість товару; ціна товару).

Основні показники, що характеризують конкурентну позицію транспортної компанії на ринку вантажних перевезень, впорядковані відповідно до напрямку конкуренції в табл. 1.

Таблиця 1. Показники, що характеризують конкурентну позицію транспортної компанії на ринку вантажних перевезень

Напрямок конкуренції	Показник
Міжнародна конкуренція	- частка транзитних вантажів в загальному вантажообігу; - кількість угод на транзитні перевезення у порівнянні з попереднім періодом;
Міжвидова конкуренція	- обсяг вантажу, що залучений з інших видів транспорту; - частка компанії на ринку перевезень;
Внутрішньогалузева конкуренція	- частка високоприбуткових вантажів з максимально можливого (відповідно до загального обсягу таких вантажів на ринку); - кількість довгострокових контрактів по відношенню до попереднього періоду.

Галабурда В. Г. та Терьошина Н. П. підкреслюють взаємозв'язок між результатом господарювання транспортного підприємства та конкурентоспроможністю транспортної продукції, визначаючи її як «здатність витримувати конкуренцію з

товарами-замінниками робіт, послуг, з точки зору завоювання тієї частки ринку, що забезпечує сприятливу реалізацію транспортної продукції та необхідний ріст прибутку транспортного підприємства» [8]. Макаренко М. В визначає конкурентоспроможність транспортної послуги як здатність відповідати вимогам конкурентного транспортного ринку в даний момент часу чи перевершувати за споживчими властивостями транспортні послуги конкурентів [14]. Автори [8] підкреслюють, що підвищення конкурентоспроможності перевезень неможливе без докорінної переорієнтації економічної інвестиційної політики галузі в сторону зниження витрат, стимулювання інновацій (технічних, технологічних та організаційних нововведень), що забезпечать ріст комерційного успіху та закріплення позицій на транспортному ринку. Як зазначається в [13] на рівень конкурентоспроможності підприємства при виборі конкурентних переваг того чи іншого виду діяльності найбільш вагомий вплив мають науково-технічний рівень та ступінь досконалості технології виробництва, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва.

Таблиця 2. Теоретичні погляди на побудову та умови функціонування ефективного підприємства транспорту.

Науковий підхід	Сутність	Автори
1	2	3
Комплексний	Необхідність взаємопов'язаного розвитку компаній транспорту і промисловості; створення ефективної транспортної системи, що забезпечує комплексний розвиток усіх видів транспорту.	І.С.Бліох, А.А.Головачев, А.І.Чупров, Т.С.Хачатуров, І.В.Кочетов
Системний	Розвиток і функціонування транспортних компаній в рамках єдиної транспортної системи (ЕТС).	В.А.Персіанов, К.К.Таль, О.Н.Дунаєв, В.Г. Галабурда
Синергетичний	Формування транспортної компанії в рамках цілісних виробничо-транспортних комплексів для досягнення синергетичного ефекту і отримання додаткового доходу.	Н.Н.Колосовській, І.І.Белоусов, Н.С.Усков
Концепція «вісес розвитку»	Формування транспортної компанії як елемента транспортної системи та сполучної ланки між індустріальними центрами.	Л.Потьє
Концепція транспортної логістики	Транспортна компанія як елемент, що забезпечує транспортні потоки єдиної системи транспортної логістики.	А.А.Смехов, М.П.Гордон, Л.С.Федоров, Б.А.Анікін, О.Д.Проценко
Теорія конкурентних переваг	Формування унікальної конкурентної позиції транспортної компанії. П'ять видів конкуренції, які визначають рівень конкуренції і положення транспортної компанії на ринку.	М.Портер

Дзігунов А. П. в [7] таким чином систематизував теоретичні погляди на побудову та умови ефективного функціонування транспортних компаній на ринку (табл. 2).

При виборі стратегії можна застосовувати цінові та нецінові підходи до конкуренції. Факторами цінової конкурентоспроможності є собівартість та гнучка тарифна політика. На нецінову конкурентоспроможність підприємства транспорту впливають такі параметри як: попит та пропозиція; показники якості послуги (відносні); показники взаємодії (здатність до співробітництва; накопичення досвіду; управлінська та маркетингова діяльність). Якщо методи відкритої цінової конкуренції полягають в зниженні цін для освоєння нових сегментів ринку, а також в демпінгу з метою створення бар'єрів для виходу на ринок нових гравців, то нецінова конкуренція орієнтована на більш довгострокові цілі щодо розвитку ринку зокрема.

В роботах [8, 13] фактори конкурентоспроможності транспортної продукції класифіковані на зовнішні та внутрішні. На нашу думку для процесу надання транспортних послуг (в сфері вантажних перевезень) основні фактори конкурентоспроможності можна систематизувати таким чином:

- комерційні умови: ціна, додаткові послуги чи характеристики основної послуги, що формують додану вартість;
- якість послуги: організаційно-технологічні особливості; обсяг, строки виконання послуги та ін.
- репутаційний рівень підприємства: уявлення про компанію клієнтів, партнерів, конкурентів; вплив кон'юнктури на місце компанії на ринку.
- персонал: з врахуванням, що виробництво та споживання послуги відбувається одночасно, її якість та, як наслідок, конкурентоспроможність залежать від рівня кваліфікації персоналу. Тобто при маркетинговому менеджменті компанією на ринку транспортних послуг актуальне застосування комплексу маркетингу 5P (товар, ціна, канали збуту, просування, персонал).

До показників якості транспортної послуги віднесемо такі, визначення яких можливо шляхом експертної оцінки: – умови оплати перевезень; – надання страхових послуг; – відповідність документів міжнародним стандартам; – можливість митного очищення; – супровід вантажу. Також серед показників якості транспортної послуги є такі, що являються кількісно вимірюваними та відносними (порівнюваними зі стандартами якості чи показниками конкурентів тощо): – швидкість та строки доставки вантажу; – контроль за пошкодженням; – повнота задоволення попиту [1,8,11,15].

Зовнішніми чинниками конкурентного середовища на міжнародному ринку транспортних послуг являються:

- політичні (управління, безпека, регулювання тарифів та оподаткування);
- демографічні та соціальні (зростання населення, вік старіння та виходу на пенсію, урбанізація, зміна режимів роботи);
- енергетично-екологічні (енергетика, наявність альтернативних видів палива, зміна клімату);
- технологічні (інформаційні технології, розвиток технологій сировини та двигунів);
- економічні (економічне зростання, глобалізація торгівлі, економічна інтеграція, рівень транспортних витрат);
- фінансові (фінансові механізми, ціноутворення та політика повернення інвестицій, державне / приватне партнерство).

Напрями трансформації транспортної галузі визначають такі мегатренди як:

глобалізація, відповідальність за навколишнє середовище, підвищення вимог споживачів до рівня сервісу, пришвидшення науково-технічного прогресу та розвиток інформаційних технологій як вагомої характеристики сучасного стилю життя. На сьогодні формування стратегії транспортних компаній ЄС здійснюється відповідно до концепції «люди-планета-прибуток», враховуючи на шляху реалізації матеріальних цілей компанії як потреби споживача, так й еколого-соціальні аспекти. Основним фактором під час прийняття рішення щодо перевезення являється «трикутник споживчої вартості» – час, якість, тариф – саме він характеризує оптимальність вибору маршруту, сполучення та модальності. Саме тому в сфері забезпечення конкурентоспроможності підприємств транспорту в світі розвивалася концепція транспортної логістики. Адже впровадження логістичних форм і методів управління виробництвом, постачанням, збутом дозволяє істотно скоротити всі види запасів, прискорити оборотність оборотних коштів підприємств, а головне, найбільш повно задовольнити запити споживачів в якості і термінах постачань.

Дійсно, як свідчить міжнародний досвід [4, 5] замість концепції єдиної транспортної системи в ринкових умовах більш актуальна ідея створення мультимодальних коридорів і регіональних транспортно-логістичних систем (транспортно-логістичних кластерів) на основі важливих вантажних напрямків, наявної регіональної транспортної інфраструктури: шляхів сполучення, транспортних підприємств, оптових торгових баз, складських ємностей, а також товарних бірж, банків, телекомунікаційних систем та інформаційних центрів. Відповідно до сучасних тенденцій транспортним підприємствам і експедиторським фірмам все більшою мірою необхідно поглиблювати свою спеціалізацію. Іншою тенденцією має стати розширення набору транспортно-експедиторських послуг, прагнення до обслуговування клієнтів на рівні світових стандартів, впровадження сучасних транспортних та інформаційних технологій. Для цього необхідні модернізація вантажного та складського господарства, створення виробничої бази для доставки вантажів «від дверей до дверей». Потрібна організаційна перебудова діяльності транспортних підприємств на основі логістичних концепцій і принципів.

Одним з основних елементів конкурентної боротьби між транспортними компаніями є надання вантажовласнику низки додаткових послуг, а також забезпечення оптимального співвідношення вартості та якості транспортних послуг, що сприятиме підвищенню конкурентного статусу. Разом з тим конкурентоспроможність операторської компанії в тому числі формується завдяки конкурентним перевагам видів транспорту, що залучається до перевезень де основними індикаторами відносної конкурентної переваги видів транспорту є : вага (обсяг) вантажу, дистанція, маневреність та гнучкість, особливості організації транспортування: необхідність очікування «заповнення», можливість доставки вантажу «точно в строк», можливість контролю, особливості оформлення документації.

У рамках процесу реформування залізничного транспорту України [6] окремого акценту уваги заслуговують конкурентні переваги обраної вертикально-інтегрованої моделі управління залізничним транспортом. Як зазначають російські експерти [3], світовий досвід реформування залізничного транспорту переконливо свідчить про те, що вертикально-інтегрованим залізничним компаніям притаманні дві основні конкурентні переваги. По-перше, у порівнянні з механізмами взаємодії вертикально розділених «мережних» і перевізних компаній, значно знижуються транзакційні витрати, пов'язані з необхідністю координації управління інфраструктурою і рухом поїздів. Другою суттєвою перевагою є реальна наявність стимулів

для здійснення інвестицій у розвиток інфраструктури, які у «мережних» компаній можуть бути відсутні. З огляду на згадану затверджену Державну програму реформування залізничного транспорту окремої уваги заслуговує запропонована М. М. Чеховською паритетно-конкурентна парадигма розвитку залізничного комплексу, що ґрунтується на ідеях сталого розвитку, екологобезпечного функціонування та інтеграції з іншими видами транспорту [16]. Вищезазначена парадигма передбачає диверсифікацію діяльності залізничної галузі, що вимагає нових підходів до організації процесу діяльності, проте сприятиме отриманню необхідних обсягів робіт та послуг, а також збалансованості механізму ціноутворення.

Підсумовуючи вищезазначене, враховуючи еволюцію наукових поглядів щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства транспорту та останні тенденції розвитку залізничного транспорту, вважаємо, що управління конкурентоспроможністю як й маркетингова діяльність мають відповідати холистичній («цілісній») концепції [12], тобто являти собою цілісну та інтегровану систему, що пронизує всю структуру підприємства. Згідно з цілісним підходом, процес управління конкурентоспроможністю передбачає зовнішньо-внутрішню перспективу та має базуватися на розумінні цільового ринку та споживацьких потребах, інтегрованому маркетингу та рентабельності. Орієнтація підприємства на успіх у довгостроковій перспективі обумовлює актуальність управління на засадах сталого розвитку, основою керуваності якого є системний підхід та інформаційні технології. Де під сталим розвитком розуміємо досягнення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їхню потребу в безпечному і здоровому навколишньому середовищі.

Формування конкурентної переваги, виходячи з основних положень концепції «ланцюжка цінності» має передбачати збалансоване вирішення таких завдань як:

- оптимізація базових функцій підприємства;
- ефективна міжфункціональна координація;
- узгодження із зовнішніми чинниками (факторами) конкурентоспроможності.

Основними функціями в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства транспорту мають бути:

- дослідницько-аналітичні;
- організаційно-управлінські;
- логістично-маркетингові;
- комунікаційні;
- технологічні;
- фінансово-інвестиційні;
- виробничі;
- контрольні.

Визначення механізму забезпечення конкурентоспроможності операторської компанії залізничного транспорту відповідно до запропонованої цілісної концепції вимагає подальших досліджень.

Висновки. У статті систематизовано основні фактори конкурентоспроможності для процесу надання транспортних послуг (в сфері вантажних перевезень); показники якості транспортної послуги та показники, що характеризують конкурентну позицію транспортної компанії на ринку вантажних перевезень. Авторами обґрунтовано актуальність управління конкурентоспроможністю операторською ком-

панією відповідно до холістичної («цілісної») концепції та визначені основні функції в процесі забезпечення конкурентоспроможності підприємства транспорту.

ЛІТЕРАТУРА

1. *Абрамов А. П.* Маркетинг на транспорте. / А. П. Абрамов, В. Г. Галабурда, Е. А. Иванова // Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. Галабурды В. Г. Учебник для вузов. – М.: Желдориздат, 2001. – 329 с.
2. *Азов Г. Л., Челенков Л. П.* Конкурентные преимущества фирмы./Азов Г. Л., Челенков Л. П. – М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. –256 с.
3. *Анализ международного опыта реформирования.* ОАО «РЖД»: Департамент экономического прогнозирования и стратегического развития, 2005 г. – Режим доступа: <http://guryevandrey.narod.ru/artikals/Analiz2005.html.doc>
4. *Брайковська А. М.* Досвід організації вантажних перевезень у змішаному сполученні./ Зб. наукових праць «Формування ринкових відносин в Україні» НДЕІ. – 2013. – № 1.
5. *Брайковська А. М.* Об'єктивна необхідність забезпечення конкурентоспроможності операторських компаній на ринку залізнично-морських перевезень./ Зб. наукових праць ДЕДУТ «Економіка та управління», вип. 20. – 2012.
6. *Державна цільова програма реформування залізничного транспорту на 2010-2019 роки.* Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2009 р. № 1390 (в редакції постанови Кабінету Міністрів України від 26 жовтня 2011 р. № 1106 (1106-2011-п). Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1390-2009-p>
7. *Дзигунов А. П.* Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук «Оценка конкурентоспособности транспортных компаний на рынке перевозок грузов черной металлургии». – Москва. – 2007 г. Режим доступа: <http://www.guu.ru/files/referate/dzigunov.pdf>.
8. *Економіка залізничного транспорту:* Учеб. для вузов ж.-д. транспорта / *Н. П. Терешина, В. Г. Галабурда, М. Ф. Трихунков* и др.; Под ред. Н. П. Терешиной, Б. М. Лапидуса, М. Ф. Трихункова. – М.: УМЦ ЖДТ, 2006.
9. *Економічний енциклопедичний словник:* У 2 т., т. 1/ Мочерний С. В., Ларіна Я. С., Устенко О. А., Юрій С. І.; За ред. С. В. Мочерного. – Львів: Світ, 2005. – 616 с.
10. *Зоріна О. І.* Методи оцінки конкурентоспроможності транспортної послуги / О. І. Зоріна, О. В. Сиволовська / *Ефективна економіка* – 12.05.2012. – Режим доступу: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1133>.
11. *Каплан Р.* Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. 2-е изд., испр. и доп./ Каплан Роберт С., Нортон Дейвид П.; Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2004. – 320 с.
12. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент. 12-е изд. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – СПб.: Питер, 2009. – 816 с.: ил. – (Серия «Классический зарубежный учебник»).
13. *Исследование конкурентных преимуществ автомобильного и железнодорожного транспорта:* монография. / Латкин А. П., Ембулаев В. Н., Николаева Л. А., Николаев Д. А. – Владивосток: Изд-во ВГУЭС, 2008. – 152 с. Режим доступа: http://www.ojkum.ru/lib/b_latkin_embulaev_2008.pdf.
14. *Макаренко М. В.* Основи управління економічними процесами на залізничному транспорті України / Михайло Володимирович Макаренко. – К.: «Фенікс», 2003. 0150 – 466 с.
15. *Основы управления предприятием:* Модели и методы управления в условиях неопределенности: Учеб. пособие: В 3-х кн. Кн. 2 / Под ред. Г. И. Андреева, В. А. Тихомирова. – М.: Финансы и статистика, 2006.
16. *Чеховська М. М.* Паритетно-конкурентна парадигма розвитку залізничного транспорту// Збірник наукових праць ДЕДУТ. Серія «Економіка і управління»; вип. 18, ч. 1 – 2011 р. Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Znpdetut_eiu/2011_18_1/chehovska.pdf