

УДК 331.2

*Валентина Вертель
Олександр Калюжний*

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ НА РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Розглянуто проблеми ринку пасажирських перевезень залізничного транспорту, проаналізовано параметри конкуренції, запропоновані методичні підходи до підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, ринок пасажирських перевезень, залізничний транспорт, ринок, форми ринків.

Р ассмотрены проблемы рынка пассажирских перевозок железнодорожного транспорта, проанализированы параметры конкуренции, предложены методические подходы к повышению конкурентоспособности железнодорожного транспорта на рынке пассажирских перевозок.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, рынок пассажирских перевозок, железнодорожный транспорт, рынок, формы рынков.

Rozhlyahnuto market problems passenger rail transport, competition analysis parameters, the proposed methodological approaches to increase the competitiveness of rail transport in the passenger transportation market.

Keywords: competition, competitive, market for passenger transport, rail transport, market, market forms.

Постановка проблеми. В останні роки в нашій країні якість перевезень порівняно з минулими роками значно погіршилась. Як не рекламувалися б залізничні перевезення, все одно здійснюються вони старими вагонами, з низькою якістю сервісу і непривітними провідниками. Все позитивне, що було зроблено за роки існування СРСР – втрачене, не дивлячись на багаторазові заяви парк вагонів не поповнюється.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання щодо технічних, технологічних, організаційних та інших аспектів сервісу на залізничному транспорті розглянуті у наукових працях таких вчених, як Аксьонов І. М. [1], Іванов О. М., Іванова Л. М. [2], Іловайський Н. Д., Кисельов Н. С., Комаров О. В. [3]

Питання підвищення якості пасажирських перевезень, оцінки конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень присвячені праці таких вчених, як Бараш Ю С., Калініченко О. І. [4], Лапідус Б. М., Трьошина Н. П. [5], Чаркіна Т. Ю.[6]. Окремі питання, пов'язані із вимірюванням та забезпеченням якості транспортних послуг на пасажирському залізничному транспорті, розвитком

© Вертель В. В., Калюжний О. С., 2013

ЗАЛІЗНИЧНИЙ ТРАНСПОРТ

системи сервісного обслуговування пасажирів висвітлені у працях таких вітчизняних науковців і практиків як Головіна О. А. [7], Рудяченко І. Ф. [8], Шерепа К. М. [9]. Проте низка питань щодо підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень ще залишається невирішеною і потребує подальших досліджень.

Метою статті вирішення питання з підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень

Виклад основного матеріалу. Конкуренція – процес управління суб'єктами своїми конкурентними перевагами для утримання перемоги або досягнення інших цілей у боротьбі з конкурентами за задоволення об'єктивних або суб'єктивних потреб у рамках законодавства або в природних умовах. Конкуренція є рушійною силою розвитку суб'єктів і об'єктів в цілому [10].

Ринок – умовне місце надання послуг перевезення пасажирів, що здійснюються у визначених по інтенсивності умовах конкуренції, з дотриманням етичних і правових норм і правил. Характеристика різних форм ринків приведена в табл. 1.

Таблиця 1. Форми ринків та їх параметри

Параметри (ознаки)	Форми ринків			
	Чиста конкуренція	Монополістична конкуренція	Олігополія	Монополія
Кількість перевізників	Багато	Багато, але послуги кожного з них мають суттєву відмінність	Мало (2-3)	Один
Кількість пасажирів	Багато	Багато	Мало	Дуже мало
Сила конкуренції	Дуже сильна	Сильна	Слабка	Відсутня
Частка на ринку	Мала	Мала	Велика	Увесь ринок
Доступ до ринку	Відкритий	Бар'єр	Бар'єр	Закритий
Об'єм перевезень пасажирів	Визначається конкурентноспроможністю і попитом на залізничний транспорт	Визначається конкурентноздатністю, попитом змовою учасників	Визначається конкурентноздатністю, попитом змовою учасників	Визначається попитом
Політика ціноутворення	На основі попиту і пропозиції	На основі попиту і конкурентноздатності	Визначається на основі попиту і конкурентноспроможності	Визначається перевізником
Роль якості і конкуренції	Дуже висока	Дуже висока	Висока	Визначається ситуацією
Роль реклами	висока	висока	Дуже висока	Визначається ситуацією
Норма прибутку перевізника	Незначна	2-3 %	3-20 %	Більше 20 %
Ефективність використання ресурсів	Дуже висока	Висока	Середня	Низька

Розрізняють такі методи конкуренції:

- на основі критерію підвищення якості послуг (нецінова);
- на основі критерію підвищення якості сервісу послуг;
- на основі зниження ціни (цінова);
- на основі зниження експлуатаційних витрат у пасажирів;
- на основі використання всіх конкурентних переваг об'єкта або суб'єкта (інтегральна).

Фактори, що впливають на конкурентну боротьбу:

1. Розмір ринку – чим більше, тим сильніше конкуренти;
2. Темп росту ринку – швидкий ріст полегшує проникнення на ринок;
3. Потужності – зайві потужності призводять до падіння цін;
4. Перешкоди для входу або виходу з ринку – бар'єри захищають позицію фірми, їхня відсутність робить ринки уразливими для проникнення туди неконкурентоспроможних новачків;
5. Ціна;
6. Рівень стандартизації послуг;
7. Мобільні технологічні модулі;
8. Вимоги до розмірів необхідних капітальних вкладень – тверді вимоги підвищують ризик, створюють додаткові бар'єри входу – виходу;
9. Вертикальна інтеграція підвищує вимоги до розмірів капіталу, призводить до сильних розходжень у конкурентоспроможності і витратах на виробництво інтегрованих, частково інтегрованих і неінтегрованих фірм.

Конкурентоспроможність об'єкта визначається стосовно конкретного ринку, або до конкретної групи пасажирів, формованої по відповідних ознаках стратегічної сегментації ринку.

Закон конкуренції – закон, відповідно до якого у світі відбувається об'єктивний процес підвищення якості продукції і послуг, зниження їхньої питомої ціни. Закон конкуренції – об'єктивний процес «вимивання» з ринку неякісної дорогої продукції. При цьому він може діяти тривало тільки при наявності якісного антимонопольного законодавства, що регламентує норми, які обмежують монополістичну діяльність, принципи ведення боротьби на ринку, повноваження державних органів по нагляду за дотриманням відповідних правових норм [11].

Конкурентоспроможність підприємства залежить від низки таких чинників, як:

- конкурентоспроможність послуг підприємства на зовнішньому і внутрішньому ринках;
- вид наданих послуг;
- місткість ринку (кількість перевезених пасажирів);
- легкість доступу на ринок;
- однорідність ринку;
- конкурентні позиції підприємств, що вже працюють на даному ринку;
- конкурентоспроможності галузі;
- можливість технічних нововведень у галузі;

Але не дивлячись на те, що якість перевезень пасажирів на залізниці погіршилась, це ніяк не вплинуло на популярність даного виду транспорту у громадян нашої країни. У порівнянні з іншими видами транспорту ці перевезення порівняно недорогі і менш небезпечні, ніж скажімо перевезення повітряним транспортом та автомобілями. Останнім часом, робляться кроки поліпшення якості залізничних перевезень для пасажирів, з'являються нові потяги і більш комфортабельні вагони.

Відставання наше в перевезеннях пасажирів порівняно з розвиненими в цьому відношенні країнами велике. І якщо ми його не подолаємо, наш ринок даних послуг може бути захоплений іноземними компаніями.

Для залізничного пасажирського транспорту можна виділити такі параметри якості: Безпека; Ціна; Комфорт; Якість; Високий обсяг перевезення пасажирів; Екологія.

Недоліком даного виду транспорту є: мала швидкість перевезення та застарілий рухомий склад.

На рис. 1 зображені основні параметри, що характеризують конкурентоспроможність [12]:



Рис. 1. Основні параметри конкурентоспроможності

1. Нормативні параметри. Вони характеризують властивості послуги, що регламентуються обов'язковими нормами стандартів на ринку, де їх передбачають надавати. У разі невідповідності послуги чинним обов'язковим нормам вони не можуть надаватися для задоволення існуючої потреби.

2. Технічні параметри містять:

- а) конструктивні параметри (безпека, комфорт);
- б) естетичні параметри (чистота та вигляд вагона).

3. Економічні параметри пов'язані з витратами пасажирів на послугу. До них належать:

- а) ціна послуги; б) витрати на транспортування і зберігання; в) монтаж та налагодження; г) усі поточні експлуатаційні витрати – витрати на всі види ремонту, навчання персоналу.

Прагнучи до користування послугою, пасажир разом з тим надає великого значення всім затратам, які будуть з цим пов'язані. Для нього користування послугою означає лише вихідний пункт задоволення потреби протягом певного періоду. Для послуги реалізація корисного ефекту досягається в ході експлуатації, пов'язаної з додатковими витратами – на ремонт, регулювання, витрата енергоресурсів. Таким чином, при задоволенні потреби пасажир несе витрати за користування послугами, в цілому ці витрати являють собою суму, звану ціною споживання.

Методи підвищення залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень зображено на рис. 2.

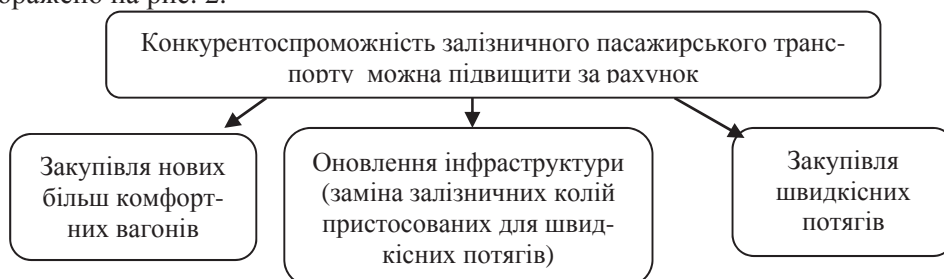


Рис. 2. Методи підвищення залізничного транспорту на ринку пасажирських перевезень

Висновки. Розглянувши конкурентоспроможність пасажирських перевезень залізничним транспортом були виявлені переваги, недоліки та шляхи поліпшення становища на залізничному транспорті.

Перевезення пасажирів залізничним транспортом поступається конкурентоспроможністю перед іншими видами транспорту за такими параметрами: швидкість перевезення, неоновлений рухомий склад

Для підвищення конкурентоспроможності пасажирських перевезень залізничним транспортом потрібно вживати заходів щодо оновлення інфраструктури, оновлення парку вагонів та потягів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Аксенов И. М. Концепция сервиса в сфере пассажирских перевозок // Залізничний транспорт України. – 2002. – № 1. – С. 11-15.
2. Иванкова Л. Н. Сервис на транспорте : учебное пособие для вузов ж.-д. транспорта / Л. Н. Иванкова, А. Н. Иванков, А. В. Комаров. – М.: Маршрут, 2005.–75 с.
3. Илловайский Н. Д. Сервис на транспорте (железнодорожном) / Н. Д. Илловайский. Н. С. Киселев. – М.: Изд-во «Маршрут», 2003. – 585 с.
4. Калініченко О. І. Фактори, які формують конкурентоспроможність послуг залізничного транспорту // Вісник економіки транспорту і промисловості / О. І. Калініченко. – Харків: Українська державна академія залізничного транспорту, 2011. – Вип. 34.– С. 137-147.
5. Терёшина Н. П. Экономика железнодорожного транспорта : учеб. для вузов ж.-д. транспорта / Н. П. Терёшина, В. Г. Галабурда. М. Ф. Трихунков и др. – М.: УМЦ ЖДТ, 2006. – 801 с.
6. Чаркіна Т. Ю. Методика проведення досліджень стосовно підвищення конкурентоспроможності залізничних перевезень // Вісник економіки транспорту і промисловості / Т. Ю. Чаркіна. – Харків: Українська державна академія залізничного транспорту. 2011. – Вип. 36.– С.289-296.
7. Головина Е. А. Теоретические основы измерения и обеспечения качества услуг на пассажирском железнодорожном транспорте // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту пасажирських перевезень на залізничному транспорті» Е. А. Головина. – К.: ДАЗТУ, 2009. – С. 12-14.
8. Рудяченко І. Ф. Підвищення якості транспортних послуг на основі комплексу маркетинг-логістики // Матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції «Маркетинг і логістика в системі менеджменту пасажирських перевезень на залізничному транспорті». – К.: ДАЗТУ, 2009. – С. 36 – 44.
9. Шерпа К. М. Сервіс-центри з обслуговування пасажирів на залізничному транспорті / Шерпа [електронний ресурс] – Назва з екрану. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/port/soc_gum/ppei/2011_29/sherpa.pdf
10. Фатхудинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. – М.: ИНФРА – М. – 2000. – 312 с.
11. Раздина Е. Коммерческая информация и экономическая безопасность предприятия // Бизнес-информ. – 1997. – № 24. – С. 63-65.