

УДК 656.2:338.47

## ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ

*Зоріна О.І., д.е.н., професор,  
Сиволовська О.В., к.е.н., доцент (УкрДАЗТ)*

*В роботі проаналізовано основні методичні підходи оцінки конкурентоспроможності транспортної послуги, виділено основні складові показники конкурентоспроможності транспортної послуги.*

*Ключові слова: транспортна послуга, конкурентоспроможність, метод, показник, оцінка конкурентоспроможності.*

## ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ УСЛУГИ

*Зорина Е.И., д.э.н., профессор,  
Сиволовская Е.В., к.э.н., доцент (УкрГАЗТ)*

*В работе проанализированы методические подходы оценки конкурентоспособности транспортной услуги, выделены основные составляющие конкурентоспособности транспортной услуги.*

*Ключевые слова: транспортная услуга, конкурентоспособность, метод, показатель, оценка конкурентоспособности.*

## EVALUATION OF COMPETITIVENESS TRANSPORT SERVICES

*Zorina E.I.,  
Syvolovskaya E.V.*

*Analyzed methodological approaches assessing the competitiveness of transport services, and the main components of the competitiveness of transport services.*

*Keywords: transport service, competitiveness, the method of indicators, assessment of competitiveness.*

**Вступ.** Подальший розвиток та удосконалення економіки України неможливе без добре налагодженого транспортного забезпечення. Від його чіткості та надійності в багатьох залежить трудовий ритм підприємств будь яких галузей промисловості. Роль того або іншого виду транспорту на транспортному ринку залежить від його універсальності, продуктивності, розміщення комунікацій, рівня технічної забезпеченості, провізної і пропускнує спроможності.

Ці показники характеризують пропозицію послуг на транспортному ринку. Тому що різні види транспорту або окремі транспортні підприємства можуть по-різному задовольняти попит клієнтури і надавати їм послуги.

Оскільки на транспортному ринку існує жорстка конкуренція між різними видами транспорту, це змушує перевізників боротися за конкурентну позицію та підвищувати рівень конкурентоспроможності транспортних послуг, які пропонуються споживачу.

**Аналіз останніх досліджень.** Дослідженням питань оцінки конкурентоспроможності транспортної послуги займалося багато вчених: В.Блонська [4], В. Гуляев [3], О. Фастовець [5] та багато інших. В їхніх наукових працях розкрито різні методичні підходи

до оцінки конкурентоспроможності продукції. Проте транспортна послуга є специфічним видом продукції, для оцінки конкурентоспроможності якої не можуть бути використані загальні методики. Саме тому дослідження є актуальним, адже від правильно підібраного методу залежить точність оцінки та подальші дії транспортного підприємства.

**Мета дослідження.** Необхідність формування та застосування на практиці методичного підходу до оцінки конкурентоспроможності транспортної послуги, що дозволяє залізничним підприємствам формувати профіль найбільш привабливих послуг. У процесі роботи були використані системний підхід, методи наукової абстракції, узагальнення, аналізу і синтезу.

**Виклад основного матеріалу.** Основою конкурентоспроможності продукції є якість. Однак ці два поняття не можна ототожнювати. У сучасному світі конкурентоспроможність є ключовим поняттям, оскільки цей термін використовують для визначення категорій різного рівня: конкурентоспроможність товару, підприємства, галузі національної економіки і навіть держави.

Поліпшення якості визначає конкурентоспроможність підприємства в умовах ринку, темпи технічного прогресу, впровадження інновацій, зростання ефективності виробництва, економію всіх видів ресурсів, що використовуються на підприємстві. А конкурентні війни розгортаються головним чином на полі якості продукції і послуг, що надаються. Проблема якості стосується абсолютно всіх товарів і послуг. Особливо гостро це виявляється при переході до ринкової економіки і роботи в умовах жорсткої конкуренції. Подвійність конкуренції найбільш яскраво відображається в такій характеристиці транспортних послуг, як їх конкурентоспроможність.

Конкурентоспроможність послуги – це її властивість виступати на ринку поруч з присутніми там аналогічними послугами конкуруючих суб'єктів ринкових відносин. В свою чергу в конкурентоспроможності транспортних послуг відображаються можливості підприємства, рівень кваліфікації її робітників, організаційний рівень виробництва. Тобто конкурентоспроможність транспортних послуг є проявом конкурентоспроможності транспортного підприємства. Справжній успіх підприємства визначається його перевагами над конкурентами за основними параметрами конкурентоспроможності – якості та ціні. Підприємства намагаються проводити стратегію оптимального поєднання помірної ціни та непоганої якості продукції. Разом з тим ступінь уваги до кожного з цих параметрів на різних підприємствах різноманітна. Неуспішні підприємства у меншому ступені звертають увагу на якість, намагаючись компенсувати це низькою ціною. Успішні підприємства навпаки, не ідуть на зниження якості і ціни на продукцію.

Відтак, конкурентоспроможність транспортного підприємства можна визначити 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.

Найістотнішими рисами конкурентоспроможності є:

- відносність самого поняття, оцінки і вимірювання конкурентоспроможності;
- прив'язка оцінок конкурентоспроможності до ринку, умов і часу продажу;
- суспільна, споживача корисність послуги, що надається, в оцінці конкурентоспроможності, тобто представлення тільки тих властивостей послуги, які викликають істотний інтерес у споживачі.

Конкурентоспроможність транспортних послуг характеризується:

- технічними (параметри відповідності призначенню, нормативні параметри, екологічні параметри);

- економічними (рівень тарифів, система скидок, рентабельність);

- організаційними (своєчасність надання послуг, збереження вантажів, безпека перевезень).

При оцінці конкурентоспроможності транспортних послуг можна виділити 6 основних особливостей оцінки:

1) об'єктом конкурентоспроможності послуг є діяльність підприємства невиробничої сфери;

2) особливості оцінки послуг в першу чергу пов'язані з оцінкою якості процесу обслуговування;

3) клієнт сам оцінює якість послуги на місці її виконання і вона повинна відповідати перш за все вимогам цього клієнта;

4) оцінка конкурентоспроможності послуги повинна враховувати тимчасову характеристику, тобто терміни виконання роботи, час обслуговування, термін виконання замовлення та ін..

5) при оцінці конкурентоспроможності необхідно враховувати застосування специфічних стандартів для різних видів послуг;

6) шоста особливість пов'язана з разовим характером ряду нематеріальних послуг. Сумарні суб'єктивні оцінки і думки клієнтів дозволяють дати достатньо об'єктивну оцінку іміджу виконавця і конкурентоспроможності його послуги.

В економічній літературі існує декілька підходів до оцінки конкурентоспроможності (1, 2, 3). Основним методом оцінки конкурентних переваг є інтегральна оцінка конкурентоспроможності. Інтегральний показник конкурентоспроможності товару або послуги є співвідношенням індексів технічних і економічних параметрів товару.

Конкурентоспроможність транспортної послуги може бути оцінена в певному приближенні. Індекс конкурентоспроможності визначається за формулою:

$$I_k = \frac{E_u}{E_u^*} \quad (1)$$

де  $E_u$  - конкурентоспроможність пропонованого варіанту;

$E_u^*$  - показник конкурентоспроможності базового аналога.

Рішення вибирається, якщо  $I_k = \checkmark$  База порівняння постійно міняється через коливання кон'юнктури транспортного ринку, інноваційних процесів і т.п., унаслідок чого порівняння приймає динамічний характер.

В якості показника органіційний показник, що характеризує конкурентоспроможності  $E_u$  може бути обраний відповідність між потребами клієнтів та груповий технічний, економічний або можливостями фірми:

$$E_T = \prod_{i=1}^n q_i \cdot a_i, E_E = \prod_{i=1}^n q_i \cdot a_i, E_{орг} = \prod_{i=1}^n q_i \cdot a_i, \quad (2)$$

$$q_i = \frac{q_k}{q_{баз}} \quad (3)$$

$a_i$  - питома вага (ранг) кожного з показників якості ( $\prod_{i=1}^n a_i = 1$ ).

де  $E_T$ ,  $E_E$ ,  $E_{орг}$  - груповий технічний, економічний та органіційний показники;  
 $q$  - одиничний показник по  $i$ -му параметру;  
 $a$  - питома вага параметричного показника по відношенню до узагальненого задоволення потреб;  
 $n$  - кількість параметрів, які підлягають оцінці.

Ще одним методом оцінки конкурентоспроможності є визначення аналогічно показнику абсолютної економічної ефективності (тобто відношенням корисного результату до сумарних витрат споживача).

$$E_u = \frac{U}{C_n + Z_{спожив}} \quad (4)$$

де  $U$  - інтегральний показник, що відображає результативність роботи з урахуванням якості транспортної продукції,  $C_n$  - ціна (вартість) перевезення, для порівнюваного обсягу, яка визначається попитом і пропозицією, а також величиною транспортних витрат за повний життєвий цикл системи (об'єкту, технічного засобу, технології або окремої поставки);

$Z_{спожив}$  - витрати споживача, які залежать від якості транспортного обслуговування.

Конкурентоспроможність оцінюється як окремо на залізничному транспорті, так і порівняно з іншими видами транспорту по співвідношенню «кількість – якість – ціна», тобто як виконаний обсяг перевезень (з урахуванням інтегральної оцінки якості) до витрат споживача:

$$E_u = \frac{P_o \cdot \varphi \cdot \prod_{i=1}^n a_i u_i}{C_n + Z_{спожив}} \quad (5)$$

де  $P_o$  - потенційний обсяг перевезень або сукупний технологічний потенціал,

$\varphi$  - коефіцієнт інтенсивності використання потенціалу;

$u_i$  - показники якості профільних послуг, що надаються клієнтурі: доступність, регулярність, збереження, екологічність, безпека і т.д.;

Для оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства необхідно мати достатню кількість об'єктивної інформації, яка може бути отримана в ході маркетингових досліджень транспортного ринку. Найбільш корисними в такому випадку будуть дані, отримані безпосередньо від споживачів [3].

В якості бази для оцінки конкурентоспроможності по відношенню до основних конкурентів, фірма використовує так званий «інформаційний лист по конкурентам», який складається з інформації, яка отримана в результаті власних досліджень. Потім, за допомогою експертних оцінок, кожному параметру присвоюються бали, які згодом складуть основу оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства.

Рівень конкурентоспроможності фірми можна визначити декілька способами: графічними та аналітичними [4,5].

Графічний метод заснований на побудові багатокутника конкурентоспроможності, який відображає рівень показників конкурентоспроможності різних підприємств (рис. 1).

Багатокутник, який має найбільшу площу, відповідає найконкурентоспроможнішій фірмі/

Аналітичні методи потребують побудови матриці конкурентоспроможності з набором показників оцінки та рангом показників.

В будь-якому випадку аналіз конкурентоспроможності потребує порівняльної оцінки фірми та її конкурентів. Для цього необхідно провести SWOT-аналіз, за допомогою якого виявити сильні та слабкі сторони фірми або конкурентів.

За результатами аналізу сильних та слабких сторін можна побудувати профіль оцінюваного підприємства та основних конкурентів.

На основі інформації про основних конкурентів та досліджуване підприємство, а також аналізі сильних і слабких сторін, складають матрицю оцінки конкурентоспроможності транспортного підприємства (таблиця 1).

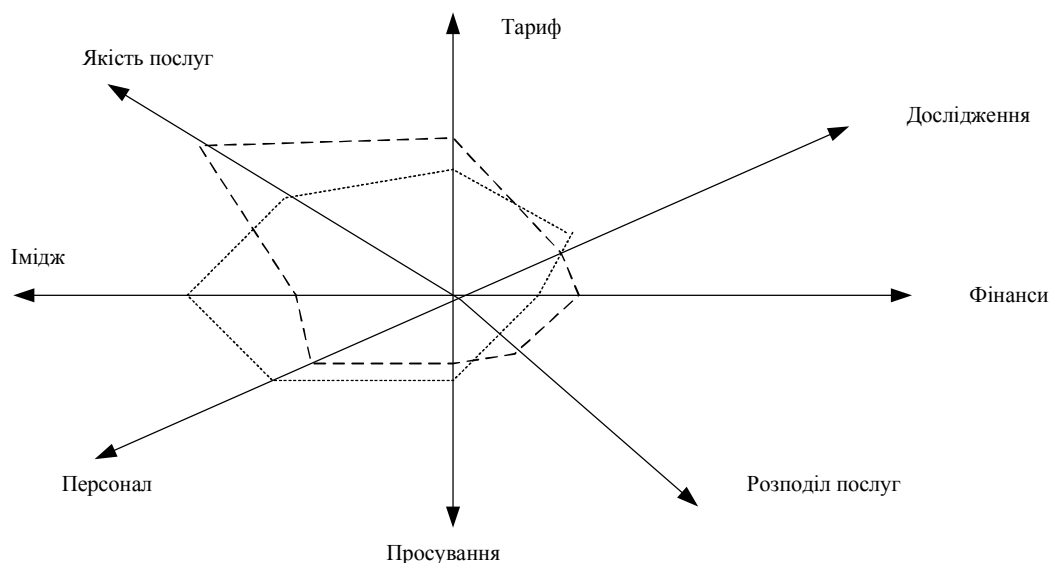


Рис.1. Багатокутник конкурентоспроможності

За допомогою експертів оцінюються всі фактори, які характеризують діяльність підприємства, віднесені в такі групи: виробництво, менеджмент, маркетинг, послуги, фінанси, персонал.

Експертна оцінка являє собою усереднену думку експертів (споживачів) по кожному

досліджуваному показнику, оцінений в балах по дев'яти бальній шкалі (погано:1-3, посередньо:4-7, добре:7-10). Ранг фактора-це вагомість кожного показника. Сума рангів дорівнює 1,0.

Таблиця 1

Матриця оцінки конкурентоспроможності фірми

Фактори конкурентоспроможності	Експертна оцінка			Ранг фактора	Інтегрований показник		
	Послуги				Послуги		
	А	Б	В		А	Б	В
Виробництво -матеріальна база -виробничі можливості -інноваційні технології							
Менеджмент -рівень керівництва -мотивація співробітників -організаційна структура -ефективність контролю							
Маркетинг							
Послуги							
Фінанси							
Персонал							
Сумарна оцінка							
Коефіцієнт конкурентоспроможності							

Інтегрований показник являє собою добуток експертної оцінки на ранг показника. Так для фірми А інтегрований показник по 1 рядку дорівнює:(стовпчик 6)=(стовпчик 2)\*(стовпчик 5).

Коефіцієнт конкурентоспроможності визначається таким чином:

$$K_{ккс} = \frac{I_i}{I_{\max}}, \quad (6)$$

де  $I_i$  - інтегрований показник конкурентоспроможності по і-тому підприємству;

$I_{\max}$  - максимальне значення інтегрованого показника конкурентоспроможності по досліджуваному підприємству-конкуренту.

Висновок про конкурентоспроможність фірми приймається: якщо  $K_{\text{ккк}} < 1$ , то досліджуване підприємство є неконкурентоспроможним відносно базового. Якщо  $K_{\text{ккк}} > 1$ , то підприємство, яке оцінюється, є конкурентоспроможним та може бути лідером на ринку.

**Висновки.** Проведене дослідження дало змогу адаптувати існуючі методики оцінки конкурентоспроможності під специфічний вид продукції, яким є транспортна послуга, і виробити єдиний алгоритм, який може бути застосований підприємствами транспорту для оцінки конкурентоспроможності своїх послуг і оцінки конкурентної позиції транспортного підприємства.

## СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Научное издание/Ю.Б.Иванов, А.Н.Тищенко, Н.А.Дробитько, О.С.Абрамова. – Х.: Изд.ХНЭУ, 2004.-256с.
- 2.ТрещовМ.М. «Методи оцінювання конкурентоспроможності продукції»(Електронний ресурс)/ М.М.Трещов // Економічний простір-2009-№23/1-с.118-126
3. Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок/ В.Г.Гуляев. –М.: Финансы и статистика,2001.-210с.
4. Блонська В.І. «Порівняльна характеристика методів оцінки конкурентоспроможності продукції» (Електронний ресурс) / В.І.Блонська, Н.Т.Депа // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип.20.15,с.115-120
5. Фастовець О.О. Організація транспортних подорожей і перевезень: Навчальний посібник/ О.О.Фастовець. –К.: Музична Україна. -190с

*Експерт редакційної колегії к.е.н., доцент УкрДАЗТ Боровик Ю.Т.*

УДК 330.131.7:656.2

## ІНФОРМАЦІЙНІ ПОТОКИ АВТОТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇХ МОДЕЛЮВАННЯ

*Карачарова К.А., здобувач (УкрДАЗТ)*

*Стаття висвітлює теоретичні та методичні аспекти застосування методу динаміки середніх для дослідження роботи автотранспортних підприємств, розкриває основні прийоми побудови графа станів виділених елементів системи, загальносистемного графа і аналітичної моделі у вигляді системи однорідних диференціальних рівнянь.*

**Ключові слова:** стан, загальносистемний граф, оператор переходів, блокування, логістика.

## ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПОТОКИ АВТОТРАНСПОРТНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ИХ МОДЕЛИРОВАНИЯ

*Карачарова К.А., соискатель (УкрГАЗТ)*

*Статья освещает теоретические и методические аспекты применения метода динамики средних для исследования работы автотранспортных предприятий, раскрывает основные приемы построения графа состояний выделенных элементов системы, общесистемного графа и аналитической модели в виде системы обыкновенных дифференциальных уравнений.*

**Ключевые слова:** состояние, общесистемный граф, оператор переходов, логистика.

## INFORMATION FLOWS TRUCKING COMPANIES AND SIMULATION

*Karacharova K.A.*

*The article describes theoretical and methodological approaches of dynamics of average usage for research of road transport companies' performances, shows main reception of building state and system-wide graphs of selected system items, and building of analytical model as system of simple differential equations.*

**Keywords:** state, system-wide graph, transition operator, logistics.