

УДК 338.47:339.13

Ю.С. Вдовенко, канд. екон. наук, доцент

Чернігівський державний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АВТОТРАНСПОРТНОГО РИНКУ

У статті досліджується категорія конкурентоспроможності в контексті функціонування автотранспортного ринку. Розглянуті складові конкурентоспроможності, показники її оцінювання, ризики, запропоновані цільові заходи та визначені завдання щодо підвищення ефективності діяльності на автотранспортному ринку.

В статье исследуется категория конкурентоспособности в контексте функционирования автотранспортного рынка. Рассмотрены составляющие конкурентоспособности, показатели ее оценки, риски, предложены целевые мероприятия и определены задачи по повышению эффективности деятельности на автотранспортном рынке.

The category of competitiveness in the context of functioning transport market is analyzed in this article. The components of competitiveness, indicators of its evaluation, the risks are studied, target actions are proposed and tasks for enhancing efficiency of transport market are identified.

Постановка проблеми. Аналіз ринку автотранспортних послуг свідчить про помітне порушення балансу потреб і можливостей на користь можливостей. Відносно повна відповідність потреб і можливостей притаманна плановій економіці, за якої регулятором відносин між перевізниками і споживачами є адміністративні методи. Теоретично в ринковій економіці перевага пропозиції над попитом посилює конкуренцію і призводить до поліпшення якісних показників.

Водночас, рівень задоволення потреб конкретного споживача (замовника) знижується у зв'язку з непрозорістю автотранспортного ринку, зростанням недобросовісної конкуренції, витісненням частини перевізників з ринку, проблемами з придатністю транспортних засобів до перевезень, невідповідністю для перевізників виконувати нерентабельні замовлення.

Оскільки ні лібералізація ринку, ні планово-адміністративні методи не дають бажаного результату, ситуація вимагає регулювання автотранспортного ринку економічними методами, зокрема реагування на подальше зростання кількості автотранспортних засобів, особливо індивідуальних перевізників, узгоджувати його з розвитком національної і регіональної економіки та безпосередньо автотранспортного комплексу.

Регулювання має носити як попереджувальний характер засобами інформування про стан ринку і можливості знайти на ньому свою нішу, так і профілактичний та обмежувальний за рахунок ліцензування, покращення відбору перевізників за конкурсом тощо. У зв'язку з чим з боку органів влади необхідне проведення систематичного моніторингу ринку послуг та вироблення критеріїв відбору кращих перевізників.

Аналіз досліджень і публікацій. Проблематика функціонування автотранспортного ринку та його окремих складових є широко досліджуваною вітчизняними науковцями. Серед відомих представників наукової школи, які працюють у цьому напрямку, слід відзначити Базилюк А.В., Дмитриченко М.Ф., Зайончика Л.Г., Котелянця В.І., Шинкаренка В.Г. Останнім часом дослідження конкурентоспроможності в контексті функціонування автотранспортного ринку набувають рис міждисциплінарності за рахунок аспектів фінансового аналізу, стратегічного управління, маркетингу, менеджменту, логістики тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Разом з тим, до цього часу серед дослідників не існує однастайності щодо віднесення категорії конкурентоспроможності до визначальних чинників реформування автотранспортного ринку з одночасними дискусіями відносно регуляторно-контрольної ролі держави у цьому типі відносин. Тому різноаспектне вивчення конкурентоспроможності залишається актуальним в умовах існуючої парадигми розвитку автотранспортного ринку, що об'єктивно обумовлює необхідність проведення подальших розвідок стосовно різних її складових, показників оцінювання, ризиків, впровадження відповідних заходів тощо.

Мета статті. У зв'язку з вищезазначеним, метою цієї статті є з'ясування особливостей конкурентоспроможності на автотранспортному ринку, її складових, маркетингових та управлінських факторів, а також визначення першочергових завдань із підвищення ефективності функціонування досліджуваного ринку.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність охоплює широкий спектр технічних, технологічних, організаційних, економічних, соціальних, кадрових, правових, ідеологічних відносин, які складаються в процесі здійснення перевізного процесу. Як соціально-економічна категорія, конкурентоспроможність є здатністю досягати законним шляхом найвищих економічних та соціальних переваг порівняно з іншими учасниками ринку.

За іншим визначенням, конкурентоспроможність перевізника – це сукупність споживчих та вартісних характеристик пропонованої послуги, які визначають можливість отримати замовлення в умовах відкритої пропозиції, яка краща для споживачів, ніж пропозиції конкурентів.

На ринку автотранспортних послуг критерії конкурентоспроможності мають особливості. На рівні автотранспортної галузі вони відображають можливості конкуренції з іншими транспортними галузями, що означає здатність збільшувати показники перевезень і знижувати витрати на послуги, які відповідають вимогам споживачів і відповідним стандартам.

Найбільш вагомою складовою конкурентоспроможності є якість. Її рівень визначається технічними та технологічними перевагами; кваліфікацією кадрів; ресурсною базою; доступністю; безпечністю тощо. З цього витікає, що конкурувати – означає постійно поліпшувати показники діяльності.

Конкуренція розподіляється на цінову – отримання переваги за рахунок зниження ціни та конкуренцію на основі кращої якості послуги при сталій або середній ціні. На сучасному автотранспортному ринку цінова конкуренція втратила значення на користь нецінових методів конкурентної боротьби, оскільки межа зниження ціни існує, а межі підвищення якості практично немає. Їх вплив на досягнення відповідних параметрів конкурентоспроможності залежить як від перевізника, так і середовища, в якому він працює – регіону, території.

Можливість конкурувати на визначеному ринку залежить безпосередньо від конкурентоспроможності засобів надання потрібної кількості та номенклатури послуг і якості. Конкурентні позиції залежать також від тієї підтримки, яку перевізник отримує з боку національних державних органів та інших організацій шляхом надання субсидій, гарантій, кредитів, страхування, звільнення від податків, забезпечення інформацією про кон'юнктуру ринку тощо.

Конкурентоспроможність визначається за її складовими.

1. До числа показників, які визначають конкурентоспроможність автотранспортного підприємства, включаються:

- обсяг надання послуг;
- обсяг перевезень на одного працівника;
- обсяг перевезень на одиницю транспорту;
- номенклатура послуг;
- прибуток від надання послуг.

2. Конкурентоспроможність конкретної послуги визначається як співвідношення її ціни до «еталонної ціни», або середньозваженої ціни на даному ринку, відношення прибутку до загальної вартості послуги. Підвищення цього показника свідчить про зростання рівня конкурентоспроможності. Про спад або зростання попиту свідчить відношення можливої вартості послуги до наданої вартості. На конкурентоспроможність справляють вплив витрати обігу, які обчислюються шляхом відношення величини витрат до розмірів прибутку. Аналіз витрат обігу дозволяє вносити корективи під час перевізного процесу.

3. Конкурентоспроможність автотранспортного засобу залежить від техніко-економічних показників, які характеризують його переваги на ринку споживання послуг, зокрема:

- економічна ефективність його використання;
- потужність, амортизаційний період експлуатації;
- можливості використання в комплексі з іншими засобами;
- зручність експлуатування (технічні параметри, місткість тощо);
- зовнішній вигляд, престижність.

Оцінювання конкурентоспроможності на конкурентному ринку, або його сегменті будується на ретельному аналізі технологічних, виробничих, фінансових можливостей. Вона покликана з'ясувати потенційні можливості і заходи, які треба вжити й містить такі показники:

- потребу в капіталовкладеннях – фактичних та на перспективу, як у цілому, так і по окремих транспортних засобах;
- набір послуг, їх обсяги та вартість;
- набір ринків або їх сегментів для кожного виду послуг (ринкова диференціація);
- потребу у засобах на стимулювання діяльності;
- перелік заходів та засобів забезпечення переваги на ринку;
- створення іміджу, виконання зобов'язань за угодами щодо терміну та якості надання послуг.

За цими ж показниками оцінюються основні конкуренти.

Після цього перевізник повинен розробити маркетингові стратегії конкуренції, які дозволять краще позиціонувати свої пропозиції по відношенню до пропозицій конкурентів. Важливо правильно визначити, яка із стратегій є найкращою, враховуючи свої цілі, можливості і ресурси. Окремим питанням, яке може вплинути на кінцевий результат, є правильне оцінювання ризиків, зокрема їх впливу на кінцевий результат діяльності. До основних можливих ризиків перевізника відносяться:

- зниження платоспроможності споживачів;
- зміна потреб споживачів;
- зростання облікових ставок банку;
- підвищення цін посередниками;
- проблеми із виплатою заробітної плати;
- нестабільна ситуація на валютному ринку.

Важливим чинником, який сприяє підвищенню конкурентоспроможності, є управління і, відповідно, кваліфікація управлінської ланки та підібраний, керований, швидко і гнучко реагуючий на будь-які зміни в зовнішньому середовищі склад виконавців. Для вдосконалення цього сегмента конкурентної спроможності пропонується застосувати такі заходи:

- розробка та впровадження системи контролю;
- проведення обліку витрат по їх видах (змінні, постійні) і місцях їх виникнення;
- впровадження системи оперативного фінансово-економічного аналізу;
- введення системи планування, розробки оперативних і поточних бюджетів підприємства;
- проведення поточного корегування планів;
- розробка та вдосконалення в процесі роботи системи мотивації персоналу;
- створення необхідних виробничих умов;
- забезпечення можливостей для професійного зростання працівників.

Із поточних заходів:

– оцінювання персоналу щодо відповідності посадам шляхом підведення підсумків роботи;

- проведення інструктажів;
- організація навчання;
- взаємозв'язок оплати праці та інших винагород з отриманими результатами.

Важливим чинником підвищення конкурентної спроможності є наявність чіткого регламенту роботи та розробка посадових інструкцій, чим досягається ціла низка цілей, зокрема:

- раціональний розподіл праці;
- правильний підбір кадрів, їх розстановка і використання;
- зміцнення виконавської дисципліни;
- підвищення ефективності діяльності;
- створення організаційно-правової системи відносин на підприємстві;
- забезпечення дотримання умов трудових контрактів;
- забезпечення об'єктивності під час атестації співробітників, їх заохоченні і накладенні дисциплінарного стягнення.
- справедливе вирішення трудових суперечок.

Найважливішим аспектом підвищення конкурентоспроможності для транспортного підприємства є забезпечення якості послуг, що надаються. Тому система забезпечення якості розробляється по кожному суб'єкту діяльності (табл.).

Таблиця

Система контролю якості послуг

Об'єкт контролю	Предмет контролю	Вид контролю	Періодичність	Відповідальний
1	2	3	4	5
Автопарк	Якість зберігання техніки, своєчасність повернення з маршрутів	Спостереження та фіксація у відповідному журналі	Постійно	Служба механіків, служба охорони
Ремонтні майстерні	Швидкість та якість проведення ремонтних та профілактичних робіт	Контроль, самоконтроль	Згідно з графіками, залежно від потреби	Завідувач майстернями, водій
Головний офіс	Охайність приміщення, зручність для роботи	Спостереження	Постійно	Керівництво
Робочі місця служб	Забезпечення засобами для виконання обов'язків, професійність у роботі	Спостереження, перевірки	Постійно, періодично	Керівники підрозділів
Автотранспортний засіб	Відповідність потребі споживачів	Самоконтроль, перевірки	Постійно, періодично	Водій, адміністрація
Диспетчерська служба	Швидкість, точність, правильність обробки замовлень	Самоконтроль, перевірки	Постійно, періодично	Працівники служби, адміністрація
Зберігання товарно-матеріальних запасів	Схоронність, ведення обліку	Перевірки	Періодично	Менеджери, бухгалтерія
Своєчасність подання транспорту споживачам та робота на маршрутах	Дотримання графіків руху	Контроль, самоконтроль, спостереження	Постійно	Відділ контролю, водій

Висновки і пропозиції. Таким чином, конкурентоспроможність як багатоаспектна категорія, яка реалізується окремими суб'єктами перевізного процесу, справляє безпосередній вплив на ефективність функціонування як окремих сегментів, так і автотранспортного ринку загалом. Тому подальші дослідження за цим напрямком доцільно проводити в контексті завдань, які необхідно вирішувати для підвищення ефективності діяльності на автотранспортному ринку:

- розширення сегмента ринку за рахунок проведення іміджевих заходів, зокрема, ефективної реклами;
- стимулювання працівників за освоєння нових маршрутів або вдосконалення організації праці на діючих;
- вихід на зовнішні ринки за рахунок підвищення конкурентоспроможності;
- зниження експлуатаційних і адміністративних витрат, оптимізація структури управління, впровадження наукової організації праці;
- проведення ефективної кадрової політики, вдосконалення функціональних обов'язків;
- розробка комплексу маркетингових заходів на нові пропозиції;
- проведення активної комерційної діяльності.

Список використаних джерел

1. Албастова Л. Н. Технологія ефективного менеджменту / Л. Н. Албастова. – М.: Видавництво ПРИОР, 2006. – 288 с.
2. Бабич К. Оцінка іміджу промислового підприємства / К. Бабич, І. Лахно // Бізнес-Інформ. – 2007. – № 8. – С. 47-58.
3. Базилук А. В. Ключові аспекти управління якістю пасажирських перевезень / А. В. Базилук, І. О. Хоменко // Вісник Національного транспортного університету. – 2008. – №17. – С. 117-122.
4. Винокуров В. А. Організація стратегічного управління на підприємстві / В. А. Винокуров. – М.: Центр економіки й маркетингу, 1996.
5. Котелянець В. І. Маркетинг на ринку транспортних послуг в АПК / В. І. Котелянець // Вісник «Економіка. Проблеми економічного становлення». – 2010. – № 3. – С. 35-38.
6. Основи економіки транспорту: підручник / В. І. Щелкунов, Ю. Ф. Кулаєв, Л. Г. Зайончик, В. М. Загорулько [та ін.]. – К.: Кондор, 2011. – 392 с.
7. Паркінсон С. Н. Мистецтво управління / С. Н. Паркінсон, М. К. Рустомджи. – М.: Агентство «ФАИР», 2001. – 345 с.
8. Портер М. Конкуренція: пер. с англ. / М. Портер. – М.: Вільямс, 2005. – 608 с.