

УДК 656.13.078

к.е.н., ст.викладач Власенко Д.О.
Конотопський інститут
Сумського державного університету

ОСОБЛИВОСТІ КОНКУРЕНТНИХ ВІДНОСИН НА РИНКУ ПОСЛУГ МІСЬКОГО ПАСАЖИРСЬКОГО АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

В статті висвітлено теоретичні засади формування і розвитку конкуренції на ринку міського пасажирського автомобільного транспорту, а також питання вдосконалення процесу організації та управління міськими пасажирськими автомобільними перевезеннями.

Постановка проблеми. Перехід до ринкових відносин, формування соціально-орієнтованої ринкової економіки та сталий розвиток регіонів припускають паралельне і стійке функціонування різних видів ринків, в тому числі ринку транспортних послуг. Для того щоб забезпечити стабільний соціально-економічний розвиток регіонів з урахуванням змін, що відбуваються необхідно продовжити курс на поглиблення ринкових реформ і реалізацію переваг ринкових механізмів господарювання, на тісну взаємодію попиту та пропозиції на ринку автотранспортних послуг. Надійна та ефективна робота транспорту загального користування є найважливішим показником соціально-політичної та економічної стабільності [1,4].

Конкуренція в системі пасажирського автомобільного транспорту – це боротьба підприємств, що надають послуги пасажирських автомобільних перевезень за краще задоволення потреб пасажирів, а також суперництво споживачів за придбання максимально корисних транспортних послуг на найбільш вигідних умовах.

Основним позитивним результатом конкуренції є стимулювання перевізників, що працюють на ринку пасажирських перевезень до підвищення якості надання послуг. Зниження ж якості послуг, що надаються, може привести до багатьох негативних наслідків. При відсутності конкуренції перевізники не зацікавлені в її підвищенні [2]. З цього можна зробити висновок, що якість послуг пасажирського транспорту багато в чому залежить від рівня конкуренції та дій органів влади, як на регіональному так і на загальнодержавному рівні.

Метою даної статті є аналіз сучасних тенденцій функціонування ринку міських

пасажирських автомобільних перевезень, розробка концептуальних засад розвитку конкурентних відносин на цьому ринку, з урахуванням показників якості та регулюючого впливу з боку держави.

Виклад основного матеріалу. На сучасному етапі розвитку конкуренція, як рушійна сила розвитку регіону, змушує виробників товарів і послуг постійно шукати шляхи підвищення їх якості, зниження ціни та зниження експлуатаційних витрат на конкретному ринку регіону. У сфері ринку послуг пасажирського автомобільного транспорту конкуренція може бути різновидовою або одновидовою.

Різновидова конкуренція характеризується тим, що будь-яку потребу в переміщенні можна задовольнити різними видами транспорту: автобусом, легковим автомобілем (таксі), маршрутним таксі (Івесо, Газель) та інше. Юридичні особи та індивідуальні підприємці, що надають ці послуги, виступають на ринку в якості конкурентів і суперничають між собою в області залучення більшої кількості споживачів.

Одновидова конкуренція характеризується наявністю послуг пасажирського транспорту одного виду та близьких один до одного по багатьох параметрах, але відмінних якоюсь властивістю або властивостями. Одновидовими конкурентами є, наприклад, автотранспортні підприємства (організації, фірми, компанії), які в якості рухомого складу мають тільки автобуси середньої місткості, що надають послуги з обслуговування пасажирів. Ознаками цієї конкуренції можуть бути: відмінності у типах рухомого складу, якість і безпека надання транспортних послуг, досконалість організації перевезень пасажирів, структура парку рухомого складу підприємства та інше.

На відміну від сфери товарного ринку, підвищення якості послуг пасажирського транспорту не вимагає значних інвестиційних витрат [3]. Послуга пасажирського автомобільного транспорту корисна не як річ, а як певна діяльність, тобто її якість може бути пов'язана лише з вдосконалюванням самої діяльності (рис. 1). Наприклад, використання більш кваліфікованого, досвідченого персоналу може розглядатись як важливий фактор підвищення якості послуг пасажирського автомобільного транспорту. Залучення висококваліфікованих, досвідчених працівників вимагає певних додаткових витрат, але їх величина, як правило, значно нижче, ніж обсяг витрат, необхідних для підвищення якості продукту в сфері виробництва товарів. Гідні позиції підприємства, що надає послуги з пасажирських автомобільних перевезень в конкурентному середовищі залежать не тільки від ціни і якості послуг, але і від іміджу перевізника. В умовах становлення та розвитку ринку, при наявності конкурентів, що надають відповідні послуги, близькі або практично однакові по якості та ціні, імідж підприємства відіграє досить важливу роль. Він формує

сприятливе суспільне сприйняття підприємства-перевізника, впливаючи на соціально-психологічні особливості споживача.



Рис. 1. Схема показників якості пасажирських автомобільних перевезень.

При економічній оцінці підвищення якості та ефективності функціонування пасажирського автомобільного транспорту необхідно здійснювати і врахувати наступні заходи: дослідження зміни платоспроможного попиту населення на пасажирські перевезення; здійснення поточного та перспективного планування і прогнозування пасажирських перевезень; також до уваги береться узгодженість комерційних інтересів підприємств пасажирського транспорту та індивідуальних підприємців із загальними економічними, соціальними і екологічними інтересами.

Ринок послуг конкретного автотранспортного підприємства являє собою певний соціально-економічний простір, в якому споживачі всебічно проінформовані про якість послуг підприємства, тому що користуються ними досить часто та одержують додаткову інформацію в процесі прямих контактів з підприємствами,

які надають ці послуги. Процес автотранспортного обслуговування має повсякденний характер, за допомогою його вирішуються трудові та культурно-побутові проблеми, і інформація про характер надання послуг поширюється надзвичайно швидко. Сам характер надання автотранспортних послуг більш простий, і по суті, він дає можливість широкого обміну інформацією між споживачами, тому що споживачі в змозі оцінити всі сторони процесу здійснення цих послуг.

Ефективність та неефективність конкуренції визначаються кількістю, якістю і ціною послуги, тобто тим, наскільки вони відповідають запитам споживачів (пасажирів). Таким чином, на конкурентну боротьбу впливають наступні фактори:

- ціна на ринку послуг пасажирського транспорту;
- зручність і комфортабельність;
- можливість швидкого оновлення видів транспортних послуг;
- розміри ринку – чим більше, тем сильніше конкуренти;
- перешкоди для входження в ринок і вихід з нього;
- темпи зростання ринку;
- різновиди транспортних послуг, запропоновані на ринку та інші.

Висновки. Таким чином, можна сказати, що конкуренція сама по собі не забезпечує нормального функціонування ринку послуг пасажирського автомобільного транспорту. Нерегульована конкуренція здатна за певних умов створити серйозні проблеми, а саме монополізацію виробництва (надання послуг), обмеження прав споживачів і сумлінних підприємств, що надають визначені послуги, негативні соціальні наслідки. Щоб уникнути негативних явищ, держава змушена втручатись в ринкові процеси, використовуючи антимонопольне регулювання транспортної діяльності – адміністративне регулювання ринку послуг пасажирського автомобільного транспорту. Основні цілі держави в процесі регулюванні полягають в наступному:

- захисті споживачів у конкурентній боротьбі;
- захисті діючих на ринку підприємств, що надають послуги з пасажирських перевезень;
- підвищенні рівня безпеки та стійкості транспортної системи.

На рівні регіональних органів влади необхідно:

1. Вдосконалити систему конкурсного відбору автоперевізників для виконання перевезень пасажирів на маршрутах загального користування;
2. Забезпечити права громадян, які мають пільги на проїзд;
3. Встановити суспільний контроль над організацією пасажирських перевезень; 4.

Продовжити процес об'єднання індивідуальних підприємців, що здійснюють перевезення пасажирів.

Конкуренція серед приватних перевізників зростає щодня. Об'єднавшись у транспортні асоціації, союзи приватним перевізникам набагато легше буде вирішувати питання медичного огляду водіїв перед виходом на лінію, організації технічного обслуговування автомобілів, правового забезпечення, колективного захисту своїх інтересів та інше. Тільки об'єднання перевізників зможуть забезпечити такий рівень обслуговування пасажирів, який сьогодні обов'язковий для підприємств громадського транспорту. Саме ці критерії стануть головними при оцінці діяльності комунальних підприємств і приватних автоперевізників.

Враховуючи існуючі економічні та інституціональні проблеми, доцільно забезпечити виконання наступних кроків з подальшого реформування системи міського пасажирського транспорту:

- розвиток реальної конкуренції на ринку міських пасажирських перевезень шляхом вдосконалення процедури проведення конкурсу на право роботи на маршрутах серед всіх перевізників незалежно від форми власності;
- впровадження єдиної форми проїзного квитка для всіх категорій пасажирів, що користуються правом безкоштовного проїзду в міському пасажирському транспорті;
- введення регулярного обліку кількості поїздок, здійснених пільговими категоріями пасажирів, для точного визначення розмірів компенсаційних виплат транспортним підприємствам за втрачені доходи, пов'язані з їх перевезенням;
- проведення моніторингу витрат на демонстраційному маршруті (подібна вимога може бути однією з умов конкурсу на право роботи на маршрутах міського пасажирського транспорту);
- впровадження сучасних технологій у систему управління та організації міського пасажирського транспорту.

Ефективне функціонування транспортної системи в умовах ринкових відносин активно впливає на всі аспекти життєдіяльності населення: сприяє зростанню продуктивності праці, дозволяє збільшити вільний час і раціонально використовувати його, створює сприятливі умови для участі людей в усіх сферах суспільного життя, відіграє важливу роль у розв'язанні всього комплексу питань, пов'язаних з життєдіяльністю населення.

Подальше реформування пасажирського транспортного комплексу дозволить у найближчому майбутньому вийти на європейський рівень забезпеченості населення транспортними послугами.

Список літератури

1. Азоев Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика. — М. : Центр экономики и маркетинга, 1996. — 208 с.
2. Аболонин, С. М. Конкурентоспособность транспортных услуг / С. М. Аболонин. - М. : ИКЦ «Академкнига», 2004. - 172 с.
3. Гончарук Т.І. Конкуренція і конкурентоспроможність: зміст і розвиток у перехідній економіці. — Суми : ВВП "Мрія-1" ЛТД, 2003. — 60с.
4. Логутін В.Д., Бакалінська О.О., Вертелева О.В., Герасименко А.Г., Головка Л.С, Гриценко О. Г. Конкуренція і конкурентна політика: категорії та поняття/ В.Д. Логутін (ред.). — К. : КНТЕУ, 2009. — 320с.