

О. В. МОРОЗ (Кременчуцький державний університет ім. М. Остроградського)

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ РИНКУ ПАСАЖИРСЬКИХ АВТОМОБІЛЬНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Визначено специфіку транспортної послуги як підвид транспортної діяльності та як основу формування ринку автомобільних пасажирських перевезень. Запропоновано базові параметри для оцінки стану споживання транспортних послуг і формування їх ринку.

Ключові слова: міський пасажирський транспорт, послуга, попит, пропозиція, перевезення

Определена специфика транспортной услуги как подвид транспортной деятельности и как основа формирования рынка автомобильных пассажирских перевозок. Предложены базовые параметры для оценки состояния потребления транспортных услуг и формирования их рынка.

Ключевые слова: городской пассажирский транспорт, услуга, спрос, предложение, перевозка

The specificity of transport service as variety of transport activity and as a basis of formation of the automobile passenger transportations market is determined. The base parameters for an estimation of a condition of consumption transport services and formation of their market are offered.

Keywords: city passenger transport, service, demand, the offer, transportation

Постановка проблеми

Міський пасажирський транспорт є одним із найважливіших факторів, які забезпечують життєдіяльність міста, ефективність і нормальне його функціонування, поєднуючи різні частини населеного пункту в єдиний складний організм.

Пасажирський транспорт є також важливою складовою частиною промислової інфраструктури міста. Його стійке та ефективне функціонування є необхідною умовою стабілізації та підйому економіки міста, його структурної перебудови, забезпечення цілісності, а також покращення умов і рівня життя населення.

Головною метою розвитку автомобільного пасажирського транспорту є забезпечення потреби в обсягах і якості перевезень пасажирів транспортом на основі поновлення виробничо-технічної бази та посилення мотивації робітників автотранспортних підприємств у підвищенні ефективності роботи всіх його ланок. Пасажирський транспорт – це частина єдиної транспортної системи країни, який здійснює перевезення людей різними видами сполучень.

Для досягнення цієї мети необхідно вирішення комплексу завдань, найважливіші з яких – забезпечення необхідної правової бази функціонування автомобільного транспорту в

умовах ринкової економіки, фінансової прозорливості всіх видів діяльності, створення сприятливих умов залучення інвестицій з метою оновлення виробничо-технічної бази автотранспортних підприємств, раціонального вибору структури парку автобусів та обґрунтування їх провізної здатності.

Аналіз літературних джерел

Рівень розвитку міського пасажирського транспорту має, на думку багатьох авторів, які займаються питаннями ефективності його організації, одночасно економічне та соціальне значення в їхній єдності та взаємозв'язку [2]. До економічного можна віднести ефект, отриманий за рахунок зниження втрат робочого часу в галузях матеріального виробництва та нематеріальній сфері через зменшення запізнь на робоче місце, зростання продуктивності праці, підвищення якості продукції через зниження транспортної втоми працівників. До соціальних результатів вдосконалення обслуговування населення міста пасажирськими перевезеннями можна віднести розширення можливостей для користування послугами культурних закладів, збільшення рекреаційних можливостей населення, а також покращення здоров'я людей.

Таким чином, розвиток і модернізація міського пасажирського транспорту є факторами, які стимулюють соціально-економічний

розвиток міста та укріплюють його територіальну цілісність.

Зараз в Україні пасажирів пересувають в основному громадським транспортом. При цьому автомобільний транспорт відіграє суттєву, майже основну роль у задоволенні попиту на перевезення в містах та населених пунктах. За відсутності у більшості населення особистих транспортних засобів проблема своєчасного і якісного задоволення попиту на такі перевезення переростає з числа транспортної в соціальну, яка визначає у ряді випадків ставлення населення не тільки до якості транспортних послуг, але й в цілому до ситуації, яка склалася у суспільстві. Тому проблема, що розглядається в першу чергу, пов'язана зі створенням і наданням якісних транспортних послуг споживачам і формуванням ринку транспортних послуг [1].

Мета роботи

Розглянути основні параметри для оцінки стану споживання транспортних послуг і формування їх ринку.

Матеріали і результати дослідження

Нові економічні умови, формування ринку транспортних послуг, поява та посилення конкуренції між підприємствами транспорту сприяли появі й закріпленню у практиці організації і плануванні роботи такого поняття, як «транспортна послуга». Незважаючи на швидкий розвиток сфери послуг взагалі й посилення її ролі в економіці, досі не вироблене загальноприйняте визначення поняття «послуги». За визначенням Ф. Котлера, «послуги – це об'єкти продажу у вигляді дій, вигод або задоволення» [3]. Згідно з існуючим поняттям загальне, що об'єднує різні види трудової діяльності з надання послуг – це виробництво таких споживчих вартостей, які переважно не набувають матеріалізованої форми. Внаслідок цього особливості діяльності з надання послуг зводять до таких положень:

1) невідчутність – неможливість продемонструвати, побачити, спробувати послугу до отримання;

2) нерозривність виробництва і споживання – неможливість розриву зв'язку між виробництвом і збутом послуги;

3) мінливість якості – немає двох однакових послуг, незалежно від того, що виконавець той самий;

4) нездатність до зберігання – не

можливість збереження послуги для подальшого продажу.

Згідно з ДСТУ 2610-94 «Пасажирські автомобільні перевезення. Терміни та визначення» затверджена така термінологія:

Транспортна послуга – результат діяльності на транспорті, пов'язаний із задоволенням потреб населення в перевезеннях.

Ринок транспортних послуг – сфера надання послуг пасажирського автотранспорту з урахуванням соціально-економічних відносин на транспорті.

Отже, послуги транспорту визначаються як підвид транспортної діяльності, який спрямований на задоволення потреб населення і який характеризується існуванням необхідного технологічного, економічного, правового та ресурсного забезпечення.

Звідси можна виділити специфіку транспортної послуги як послуги взагалі та її основні особливості як підвид транспортної діяльності:

- послуга не може існувати поза процесом її виробництва і накопичуватись;

- послуга являє собою конкретну споживчу вартість у певний час на певному напрямку;

- на послуги впливають суттєві коливання попиту як за часом, так і в просторі;

- пропозиція послуги залежить від інфраструктури середовища, метеорологічних і кліматичних умов.

Таким чином, під послугою розуміють не тільки перевезення пасажирів, а й будь-яку операцію, що не входить до процесу перевезення, але пов'язана з його підготовкою й виконанням.

До послуг транспорту можна віднести: перевезення пасажирів; пересадку пасажирів; послуги при очікуванні пасажирів; послуги з підготовки до подачі перевізних засобів; надання перевізних засобів на умовах оренди або прокату; транспортно-експедиційні послуги, що виконуються при перевезенні пасажирів, багажу, а також з обслуговування підприємств, організацій, населення; перегін (доставка) нових і відремонтованих транспортних засобів.

Основною послугою пасажирського транспорту є перевезення пасажирів.

Для оцінки стану споживання транспортних послуг і формування їх ринку пропонується розглянути й використовувати чотири базових параметри в їх взаємозв'язку і взаємозалежності, як показано на рис. 1.

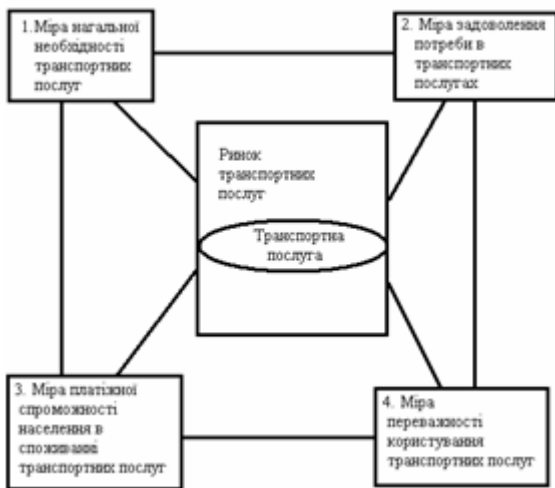


Рис.1. Базові параметри для оцінки стану споживання транспортних послуг і формування їх ринку

1. Міра нагальної необхідності транспортних послуг.

Це потреба населення в перевезеннях, що органічно і постійно пов'язана з необхідністю його трудових, культурно-побутових переміщень у часі та просторі й задоволенням інших функцій соціального характеру, для виконання яких потрібний транспорт.

Необхідність у транспортних послугах притаманна кожному з громадян усіх населених пунктів.

У загальному розумінні транспортної проблеми суспільно-необхідні витрати на перевезення не є високорентабельними. Зменшення потреби населення в користуванні транспортом залежить від близькості місця проживання до сфери виробництва і споживання, або навпаки.

Транспортна проблема промислових міст ускладнюється у зв'язку з концентрацією виробництва в центральній частині і необхідністю житлової забудови на великій відстані від підприємств. Це значно збільшує потребу в користуванні транспортом і, як наслідок, призводить до додаткових витрат ресурсів і часу та транспортної стомленості пасажирів.

2. Міра задоволення (насичення) потреби в транспортних послугах.

Цей параметр вимірюється відношенням фактичного рівня споживання транспортної послуги до певного нормативного, при досягненні якого актуальна проблема вважається повністю задоволеною.

У ринкових умовах наявні два напрямки в організації транспортних послуг:

- робота транспорту приводиться у відповідність з попитом на перевезення;

- формується попит на перевезення залежно від можливостей транспортної системи на даний період.

З позиції системного аналізу існує чотири варіанти стану задоволення попиту на транспортні послуги (рис. 2-5).

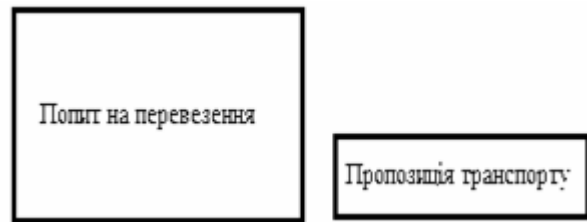


Рис.2. Схема незабезпеченого попиту

Незабезпечений попит. Цей варіант виникає у разі відмови пасажирів від користування транспортом внаслідок його незадовільної роботи або недоцільного використання. Такий стан у відношенні «попит – пропозиція транспорту» для пасажирських перевезень на ринку транспортних послуг спостерігається тільки в окремих випадках.

Характерною рисою є стан, коли попит на перевезення є, а пропозиція транспорту взагалі відсутня, тобто немає транспортного сполучення. У випадку для відкриття нових маршрутів попит повинен визначатися на основі маркетингових досліджень.

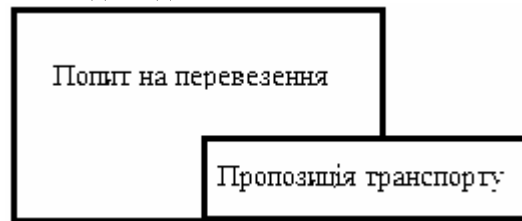


Рис. 3. Схема частково задоволеного попиту

Частково задоволений попит. При цьому варіанті попит задовольняється лише частково внаслідок невідповідності між попитом на пасажирські перевезення і пропозицією автотранспортних засобів на маршрутах. Більш за все він проявляється при виконанні перевезень в години «пік».

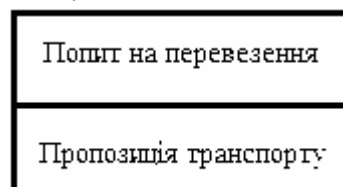


Рис. 4. Схема повністю задоволеного попиту

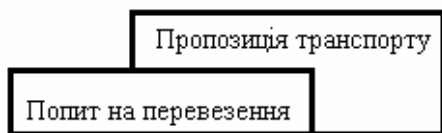


Рис. 5. Схема перевищення пропозиції на перевезення

Повністю задоволений попит. Цей варіант на практиці не існує. Повна рівновага між попитом і пропозицією транспорту суто теоретична, оскільки завжди має відхилення на «мінус» (варіант 2) або на «плюс» (варіант 4) з позиції задоволення попиту на перевезення.

Пропозиція транспорту перевищує попит на перевезення. Варіант 4 виникає: у між піковий період перевезень, при хаотичній організації транспортного процесу, відсутності нормативної квоти на кількість транспортних засобів на маршрутах, відсутності диспетчеризації перевезень, неоптимальної структури автобусів по пасажиромісткості, інших факторів.

Сьогодні всі чотири варіанти притаманні міським, приміським і міжміським перевезенням й повинні обґрунтовуватися маркетинговими дослідженнями. Виходячи з результатів останніх, визначається нормативна кількість (квота) транспортних засобів, особливо для міських перевезень. Нормативна кількість має визначатися за структурою міського автобусного парку залежно від пасажиропотоків.

3. Міра платіжної спроможності населення в споживанні транспортних послуг.

Рівень попиту на пасажирські перевезення залежить не тільки від функціонування інфраструктури виробництва, а й від фінансової можливості населення. Між попитом і пропозицією в діючій ринковій економіці завжди складається платоспроможний баланс. Виходячи з дії «закону попиту і пропозиції» доцільно розглядати його вплив на міські, приміські, міжміські, міжнародні та таксомоторні перевезення як в поточний період, так і на близьку перспективу.

4. Міра переважності користування транспортними послугами. Переважність користування поширюється на групу взаємозамінних транспортних засобів і реалізується вибором споживача виду цього засобу.

Переважність залежить від тарифів на транспортну послугу, міри задоволення потреби в ній і платіжної спроможності потенціальних пасажирів. Наприклад, з розвитком маршрутних перевезень мікроавтобусами-таксі пасажир перебуває в ситуації вибору – їхати в таксомоторному режимі чи у звичайному (рейсовим автотрасою більшої місткості з меншим тарифом).

Попит на послуги транспорту багато в чому залежить від розвитку наявних видів транспорту в регіоні, міри їх інтеграції в єдину систему, рівня тарифів за видами транспорту, асортименту і якості послуг, що надаються можливим клієнтам. Питома вага транспортних послуг з розвитком ринкової економіки і її інфраструктури, як правило, зростає, що характерно практично для всіх країн.

Існує два напрями у сфері організації транспортних послуг: 1) пристосування і збільшення пропонованих послуг до специфічних вимог пасажирів і 2) активне формування попиту на послуги транспорту з метою прибуткової реалізації існуючих. Різні групи пасажирів повинні обслуговуватися відповідно до їх конкретних потреб. Пасажири самі роблять вибір відповідних послуг, їх кількості і характеру реалізації. Вони визначають пріоритети, які багато в чому залежать від якості наданих послуг.

Висновки

В Україні пасажирів у межах міст та приміських сполученнях пересуваються в основному громадським транспортом. При цьому автомобільний транспорт є головним в задоволенні попиту на перевезення пасажирів у містах та населених пунктах. За відсутності у більшості населення особистих транспортних засобів проблема своєчасного і якісного задоволення попиту на такі перевезення переростає з числа транспортної в соціальну. Тому необхідно при формуванні ринку транспортних послуг враховувати особливості попиту на даний вид послуг. При цьому доцільно використовувати основні параметри оцінки транспортної послуги, такі як ступінь їх необхідності, задоволеності, платіжної спроможності населення та переваги в користуванні транспортними послугами у їх взаємозв'язку та взаємозалежності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Пассажи́рские автомоби́льные перевозки [Текст]: учебник для вузов / под ред. В. А. Гудкова. – М.: Горячая линия – Телеком, 2006. – 448 с.
2. Спірін, І. В. Міські автобусні перевезення [Текст]: справочник. – М.: Транспорт, 1991. – 238 с.
3. Шканова, О. М. Маркетинг послуг [Текст]: навч. посібник / О. М. Шканова – К.: Кондор, 2003. – 304 с.

*Надійшла до редколегії 12.11.2009.
Прийнята до друку 25.11.2009.*