

Василенко Т.Є., к.е.н., Юсупова Л.О., магістрант

АДІ ДВНЗ «ДонНТУ», м. Горлівка

## МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПАСАЖИРСЬКОЇ АВТОТРАНСПОРТНОЇ ПОСЛУГИ

*Запропоновано методичний підхід до оцінювання рівня конкурентоспроможності пасажирської автотранспортної послуги, який полягає в зіставленні результатів оцінювання послуги з позиції перевізника та пасажирів. Конкурентоспроможність пасажирської автотранспортної послуги з позиції перевізника запропоновано визначати за процесом пропозиції послуги, її надання та внутрішньої діяльності, з позиції пасажирів — за результатами анкетування.*

### **Постановка проблеми**

У сучасних умовах спостерігається інтенсивний розвиток сфери послуг, а також посилення її ролі в економіці. Насичення ринку різноманітними послугами, в тому числі й автотранспортними, викликає посилення конкуренції між їх виробниками. Здатність виробника виживати, розвиватись та лідирувати в конкурентній боротьбі забезпечується конкурентоспроможністю послуг, які надаються споживачам. Визначення і регулювання рівня конкурентоспроможності проводиться за результатами його оцінювання. На сьогоднішній день у науковій та навчальній літературі методичний підхід до оцінювання конкурентоспроможності пасажирської автотранспортної послуги (КПАП) є відсутнім. У зв'язку з цим його розробка є актуальною задачею.

### **Мета статті**

Метою статті є розробка методичного підходу до оцінювання конкурентоспроможності пасажирської автотранспортної послуги з позиції перевізника і пасажирів.

### **Аналіз публікацій**

У сучасній науковій та навчальній літературі запропоновано методичні підходи до оцінювання конкурентоспроможності в галузі матеріального виробництва [1, 2, 3], сфері послуг [4] та сфері транспорту [5, 6, 7].

Проведемо аналіз методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності в галузях матеріального виробництва.

У роботі Лисенко Н.О. [1] конкурентоспроможність підприємства запропоновано визначати методом середньозваженої арифметичної:

$$KПП = 0,15EP + 0,29ФП + 0,23EZ + 0,33КТ, \quad (1)$$

де *EP* – значення групового показника ефективності виробничої діяльності;

*ФП* – значення групового показника фінансового становища підприємства;

*EZ* – значення групового показника ефективності організації збуту та просування товару;

*КТ* – значення групового показника конкурентоспроможності товару.

Розглянутий метод дозволяє отримати конкретну, чисельно визначену оцінку конкурентних позицій виробника, але не враховує інтереси споживача.

Хрущ Н.А. у своїй роботі [2] пропонує визначати інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства з використанням методу відстаней. Розроблена методика дозволяє побудувати геометричну інтерпретацію результатів розрахунків, але її недоліком є той

факт, що оцінювання проводиться з позиції виробника і не враховує задоволеність потреб споживача, що призводить до неможливості зробити цілісні висновки щодо рівня конкурентоспроможності.

У роботі Лепи Р.М. [3] основою процесу оцінювання конкурентоспроможності продукції є порівняльний аналіз відповідних параметрів виробників-конкурентів, які є визначальними у формуванні попиту, на основі аналізу запитів споживачів. Інтегральний показник конкурентоспроможності продукції визначається як відношення показника корисного ефекту до ціни споживання. Кращим пропонується вважати товар, що характеризується досягненням максимального ефекту на одиницю витрат.

Розглянута методика дозволяє врахувати інтереси споживачів, але її недоліками є те, що, по-перше, оцінювання здійснюється через порівняння відповідних параметрів виробників-конкурентів, по-друге, результати оцінювання за двома показниками не можуть дати повного і всебічного уявлення про конкурентоспроможність.

У сфері послуг Павлова Н.Н. [4] пропонує враховувати в загальному показнику конкурентоспроможності послуги вимоги споживачів до послуги та конкурентоспроможність маркетингової діяльності фірми:

$$K = f(\text{вимоги споживачів} + \text{конкурентоспроможність маркетингу фірми}). \quad (2)$$

Розроблена методика надає можливість виявити слабкі місця в функціонуванні виробника, визначити його конкурентні позиції, врахувати вимоги споживачів до послуги, але її недоліком є те, що основою процесу оцінювання є порівняльний аналіз відповідних показників виробників-конкурентів.

Проведемо аналіз методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності в сфері транспорту.

Абалонін С.М. [5] пропонує показник конкурентоспроможності послуги розраховувати з використанням коефіцієнтів якості ( $K_{\text{якості}}$ ), іміджу ( $K_{\text{іміджу}}$ ) та ціни ( $K_{\text{ціни}}$ ), що визначаються із застосуванням експертного методу:

$$K = K_{\text{якості}} \cdot K_{\text{іміджу}} \cdot K_{\text{ціни}}. \quad (3)$$

До недоліків цього оцінювання можна віднести відсутність критеріїв оцінки.

В роботах Шинкаренко В.Г. [6] і Бондаренко Г.С. [7] оцінювання конкурентоспроможності автотранспортних послуг пропонується проводити за стадіями обслуговування споживачів. Інтегральний показник конкурентоспроможності визначають як суму добутків групових індексів конкурентоспроможності на їх значущість.

Дані методики орієнтовані на задоволеність споживача, їх недоліками є відсутність урахування позиції перевізника, можливість застосування тільки з метою визначення конкурентоспроможності транспортних послуг із вантажних перевезень.

Таким чином, на сьогоднішній день у науковій та навчальній літературі не існує методичного підходу до оцінювання конкурентоспроможності пасажирської автотранспортної послуги з позиції пасажира та перевізника.

### **Основні результати дослідження**

Узагальнення матеріалів комплексного дослідження існуючих методів оцінювання конкурентоспроможності на автомобільному транспорті дозволяє зробити наступні висновки:

- 1) Дотепер відсутня єдина технологія оцінювання; система показників і вимог до її формування; підхід до оцінювання КПАП безпосередньо її споживачами – пасажирями.
- 2) Існуючі методи і особливості оцінювання конкурентоспроможності розглядаються стосовно «перевезення вантажів», але не «пасажирської автотранспортної послуги».

Виявлені недоліки дозволяють сформулювати основні шляхи їх усунення. Оскільки процес пропозиції послуги, її надання, внутрішня діяльність і задоволеність споживачів є ос-

новними елементами оцінювання, яке дозволить виявити резерви підвищення КПАП, а також результативність і ефективність їх надання, пропонуємо зіставити параметри процесів, на підставі яких визначимо КПАП із позиції перевізника, із результатами оцінювання пасажирами конкурентоспроможності наданої послуги (рис. 1).

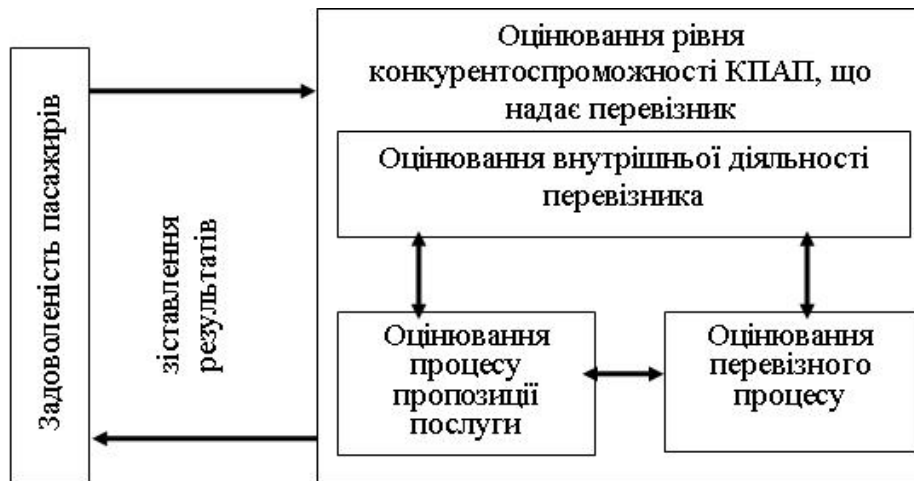


Рис. 1. Схема процесу оцінювання конкурентоспроможності пасажирської автотранспортної послуги

Основою процесу оцінювання КПАП є оцінювання задоволеності споживачів, що дозволяє вищому керівництву прийняти рішення на підставі фактів. У цьому випадку об'єктом дослідження є думка споживачів. І від того, як перевізник задовольняє запити й очікування пасажирів, залежить його ефективність роботи та сьогоденна позиція на ринку пасажирських автотранспортних послуг. Оцінювання задоволеності споживачів дозволить дати відповідь на питання не тільки про КПАП, але й про самого перевізника. Тому метою оцінювання задоволеності споживачів є одержання й аналіз інформації для прийняття рішень, спрямованих на задоволення їх вимог і запитів.

Найбільш важливим каналом зв'язку зі споживачами послуг є їх анкетне опитування щодо конкурентоспроможності наданих послуг, яке повинно: виявити очікувані стандарти споживчих вимог шляхом надання можливості тому, хто заповнює анкету, по її завершенні зробити власні зауваження і пропозиції з поліпшення конкурентоспроможності транспортно-обслуговування перевізником; виявляти фактори, що викликають падіння параметрів наданих послуг нижче визначеного рівня.

До анкети пропонуємо включити як критерії виміру задоволеності пасажирів автотранспортною послугою, в якості яких були прийняті основні характеристики КПАП (наповнення салону автобусів пасажирами, комфортабельність перевезення, безпека перевезень, швидкість сполучення, схема маршруту), що формують уявлення споживачів про КПАП під час користування нею, так і критерії виміру задоволеності співробітництвом із перевізником (регулярність руху, відношення персоналу до споживача, тарифна політика, інформативність).

Оцінювання КПАП з позиції перевізника пропонуємо проводити в наступній послідовності:

1. Визначення фактичних значень показників КПАП та оцінювання їх у балах за допомогою запропонованих критеріїв (табл. 1).

Висновки щодо КПАП пропонуємо робити за узагальнюючим показником КПАП, який складається з показників першого та другого рівня узагальнення. Перший рівень характеризує процес пропозиції послуги ( $K_1$ ), її надання ( $K_2$ ) та внутрішньої діяльності перевізника ( $K_3$ ) (табл. 1). Другий рівень — це показники, що характеризують фактори конкурентосп-

роможності пасажирської автотранспортної послуги і є приватними оцінками показників першого рівня (табл. 1).

Кількісна оцінка рівня КПАП проводиться за допомогою відповідних критеріїв за спеціально розробленою шкалою: 1 бал відповідає незадовільному рівню КПАП; 2 бали – задовільному; 3 бали – доброму; 4 бали – зразковому.

Таблиця 1

## Показники КПАП та критерії їх оцінювання

Показник 1-го рівня	Показник 2-го рівня	Бали	Критерії оцінювання
1	2	3	4
Показник пропозиції послуги ( $K_1$ )	Стан рухомого складу, що подається	1	Незадовільний: забрудненість кузову, салону, сидінь автобусу, пошкодження транспортного засобу та ін.
		2	Задовільний: відсутність пошкоджень транспортного засобу, незначні недоліки салону
		3	Добрий: відсутність пошкоджень транспортного засобу, чистота кузову, салону
		4	Зразковий: новий автобус, чистота кузову, салону, охайність об'єктів і т.п.
	Характеристики персоналу	1	Незадовільний: грубість, неохайний вигляд водія
		2	Задовільний: наявність незначних недоліків у поведінці водія
		3	Добрий: виконання водієм своїх обов'язків, охайний вигляд
		4	Зразковий: ввічливість водія, охайний вигляд, пунктуальність, робота без збоїв за якістю
	Рівень інформаційного обслуговування пасажирів	1	Незадовільний: відсутність інформаційного обслуговування пасажирів
		2	Задовільний: наявність екіпіровки рухомого складу
		3	Добрий: наявність екіпіровки рухомого складу, об'єкти на зупинках
		4	Зразковий: інформаційне забезпечення автобусів та зупинок відповідно до нормативних вимог, інформування про зупинки, час прибуття на зупинки, надання корисної інформації
Показник пропозиції послуги ( $K_1$ )	Рівень тарифів	1	Незадовільний: соціально неприйнятний тариф
		2	Задовільний: соціально прийнятний, нестабільний тариф
		3	Добрий: соціально прийнятний, стабільний тариф
		4	Зразковий: тариф, який задовольняє пасажирів

1	2	3	4
Показник перевізного процесу ( $K_2$ )	Коефіцієнт регулярності руху	1	Незадовільний: фактична кількість виконаних рейсів складає < 93 % нормативної
		2	Задовільний: фактична кількість виконаних рейсів дорівнює 93-94,9 % нормативної
		3	Добрий: фактична кількість виконаних рейсів дорівнює 95-99 % нормативної
		4	Зразковий: фактична кількість виконаних рейсів дорівнює нормативній
	Коефіцієнт відносних витрат часу на очікування автобусу (відношення нормативного часу очікування до фактичного)	1	Незадовільний: рівень витрат часу на очікування < 0,5
		2	Задовільний: рівень витрат часу на очікування 0,5-0,75
		3	Добрий: рівень витрат часу на очікування 0,76-0,99
		4	Зразковий: рівень витрат часу на очікування 1 і вище
	Коефіцієнт, який враховує комфорт посадки та виходу з рухомого складу	1	Незадовільний: менше 80% облікової вартості автобусів відповідають вимогам до підніжок та поручнів
		2	Задовільний: 80-89,9% облікової вартості автобусів відповідають вимогам відносно підніжок та поручнів
		3	Добрий: 90-99,9% облікової вартості автобусів відповідають вимогам відносно підніжок та поручнів
		4	Зразковий: всі автобуси відповідають вимогам відносно підніжок та поручнів
	Коефіцієнт відносних витрат часу на проїзд (відношення нормативного часу на проїзд до фактичного)	1	Незадовільний: рівень витрат часу на проїзд < 0,75
		2	Задовільний: рівень витрат часу на проїзд 0,75- 0,89
		3	Добрий: рівень витрат часу на проїзд 0,9-0,99
		4	Зразковий: рівень витрат часу на проїзд 1 і вище
	Відносний коефіцієнт використання місткості рухомого складу	1	Незадовільний: коефіцієнт використання місткості дорівнює 1
		2	Задовільний: коефіцієнт використання місткості 0,88-0,99
		3	Добрий: коефіцієнт використання місткості 0,78-0,87
		4	Зразковий: коефіцієнт використання місткості < 0,78

Продовження табл. 1

1	2	3	4
	Зручність схеми маршруту	1	Незадовільний: незручний підхід до зупиночних пунктів, наявність більш зручних для пасажирів видів транспорту, що йдуть за цим маршрутом;
		2	Задовільний: незручний підхід до зупиночних пунктів, відсутність більш зручних для пасажирів видів транспорту на суміжних ділянках, складна схема маршруту;
		3	Добрий: зручний підхід до зупиночних пунктів, відсутність більш зручних для пасажирів видів транспорту на суміжних ділянках з іншими маршрутами, складна схема маршруту;
		4	Зразковий: зручний підхід до зупиночних пунктів, відсутність більш зручних для пасажирів видів транспорту на суміжних ділянках з іншими маршрутами, нескладна схема маршруту.
Показник внутрішньої діяльності ( $K_3$ )	Кількість скарг за період, що розглядається	1	Незадовільний: наявність скарг пасажирів, пов'язаних зі значними порушеннями, які призвели до значного морального або матеріального збитку
		2	Задовільний: наявність скарг пасажирів щодо порушень які призвели до незначного морального або матеріального збитку
		3	Добрий: наявність скарг пасажирів щодо незначних порушень у діяльності перевізника
		4	Зразковий: відсутність скарг пасажирів
	Коефіцієнт потенціалу послуг	1	Незадовільний: якісний потенціал послуг на маршруті < 93% виконаного потенціалу
		2	Задовільний: якісний потенціал послуг на маршруті становить 93-94 % виконаного потенціалу
		3	Добрий: якісний потенціал послуг на маршруті становить 95-99% виконаного потенціалу
		4	Зразковий: якісний потенціал послуг на маршруті дорівнює виконаному потенціалу
	Коефіцієнт фінансової стійкості	1	Незадовільний: вартість власних засобів становить менше 50% вартості майна
		2	Задовільний: вартість власних засобів дорівнює 50-74% вартості майна
		3	Добрий: вартість власних засобів дорівнює 75-99% вартості майна
		4	Зразковий: вартість власних засобів дорівнює вартості майна

1	2	3	4
Показник внутрішньої діяльності (К <sub>3</sub> )	Коефіцієнт, який враховує остаточну вартість автобусів	1	Незадовільний: рівень остаточної вартості менше 50% первісної вартості
		2	Задовільний: рівень остаточної вартості дорівнює 50 – 74% первісної вартості
		3	Добрий: рівень остаточної вартості дорівнює 75 – 99% первісної вартості
		4	Зразковий: рівень остаточної вартості дорівнює 100% первісної вартості
	Коефіцієнт, що враховує дотримання термінів постачання	1	Незадовільний: перевищення фактичного часу доставки ресурсів над нормативним становить більше 15%
		2	Задовільний: перевищення фактичного часу доставки ресурсів над нормативним становить 11 – 15%
		3	Добрий: перевищення фактичного часу доставки ресурсів над нормативним становить до 10%
		4	Зразковий: фактичний час доставки ресурсів дорівнює нормативному
	Коефіцієнт технічної надійності рухомого складу	1	Незадовільний: кількість автобусів, які фактично відробили на лінії, становить менше 85 % кількості автобусів, що вийшли на лінію
		2	Задовільний: кількість автобусів, які фактично відробили на лінії, становить 85 – 89% кількості автобусів, що вийшли на лінію
		3	Добрий: кількість автобусів, які фактично відробили на лінії, становить 90 – 99% кількості автобусів, що вийшли на лінію
		4	Зразковий: кількість автобусів, які фактично відробили на лінії, дорівнює кількості автобусів, що вийшли на лінію
	Кількість ДТП за період, що розглядається	1	Незадовільний: наявність ДТП, що призвели до загибелі, поранень людей, нанесення значного матеріального або морального збитку
		2	Задовільний: наявність порушень без травмування людей з нанесенням невеликого матеріального або морального збитку
		3	Добрий: наявність незначних порушень без травмування людей і нанесення матеріального або морального збитку
		4	Зразковий: відсутність ДТП та різних порушень з вини водіїв

2. Встановлення значимості показників першого та другого рівня робітниками перевізника (10 – 15 інженерно-технічними працівниками) методом експертного опитування.

3. Розрахунок показників першого рівня ( $K_i$ ), а саме показника пропозиції послуги ( $K_1$ ), її надання ( $K_2$ ) та внутрішньої діяльності ( $K_3$ ) за формулою:

$$K_i = \sum_{k_i=1}^{n_i} \alpha_{k_i} \Pi_{k_i}, \quad (4)$$

де  $n_i$  – число показників другого рівня КПАП перевізника в рамках  $i$ -го показника першого рівня;

$\alpha_{k_i}$  – значимість  $k$ -го показника другого рівня в утворенні  $i$ -го показника першого рівня;

$\Pi_{k_i}$  – фактичне значення  $k$ -го показника другого рівня, який є одною з приватних оцінок  $i$ -го показника першого рівня, бали.

В результаті отримуємо значення показника пропозиції послуги ( $K_1$ ), її надання ( $K_2$ ) та внутрішньої діяльності перевізника ( $K_3$ ), діапазон зміни яких знаходиться в межах від 1 до 4 балів.

4. Отримання узагальнюючого показника КПАП за формулою:

$$K = \sum_{i=1}^3 \phi_i K_i, \quad (5)$$

де  $\phi_i$  – значимість  $i$ -го показника першого рівня в утворенні узагальнюючого показника КПАП.

З урахуванням значень показників, що відповідають зразковому, доброму, задовільному та незадовільному рівню КПАП, встановлено діапазони значень показників  $K_1$ ,  $K_2$ ,  $K_3$  та узагальнюючого показника  $K$  для кожного рівня КПАП (табл. 2).

Таблиця 2

Діапазони значень показників  $K_1$ ,  $K_2$ ,  $K_3$  та узагальнюючого показника  $K$ , бали

Рівень КПАП	$K_1$	$K_2$	$K_3$	$K$
Зразковий	4	4	4	4
Добрий	3...3,99	3...3,99	3...3,99	3...3,99
Задовільний	2...2,99	2...2,99	2...2,99	2...2,99
Незадовільний	1...1,99	1...1,99	1...1,99	1...1,99

5. Аналіз отриманих результатів, на першому етапі якого визначимо загальну зміну рівня конкурентоспроможності  $\Delta K$  [6]:

$$\Delta K = K - K_{\max}, \quad (6)$$

де  $K$  – отриманий рівень КПАП, бали;

$K_{\max}$  – зразковий рівень КПАП, бали.

На другому етапі визначаємо роль окремих факторів у зміні загального рівня КПАП. Вплив зміни окремих показників конкурентоспроможності першого рівня на узагальнюючий показник КПАП:

$$\Delta K^{Pi} = \phi_i \Delta \Pi_i, \quad (7)$$

де  $\Delta \Pi_i$  – зміна  $i$ -го показника першого рівня під час розрахунку узагальнюючого показника КПАП, бали;

$$\Delta \Pi_i = \Pi_i - \Pi_{\max_i}, \quad (8)$$



де  $P_i$  – отримане значення  $i$ -го показника, бали;

$n_i \neq 0$  – зразкове значення  $i$ -го показника, бали.

На наступному етапі визначаємо вплив зміни окремих  $k$ -х показників конкурентоспроможності другого рівня, які є приватними характеристиками  $i$ -х показників першого рівня, на узагальнюючий показник КПАП:

$$\Delta K^{Pi} = \alpha_{ki} \phi_i \Delta P_{ki}, \quad (9)$$

де  $\Delta P_{ki}$  – зміна  $k$ -го показника підчас розрахунку узагальнюючого показника КПАП, бали;

$$\Delta P_{ki} = P_{ki} - P_{\max ki}, \quad (10)$$

де  $P_{ki}$  – отримане значення  $k$ -го показника, бали;

$P_{\max ki}$  – зразкове значення  $k$ -го показника, бали.

За отриманими даними робимо висновки щодо зміни показника КПАП в цілому та за окремими його показниками.

Співставлення отриманих оцінок КПАП із позиції перевізника та пасажирів дозволяє виявити різницю між ними, встановити її причини і розробити управлінські рішення з їх усунення.

Аналіз отриманих оцінок рівня КПАП за кожним фактором з позиції перевізника дозволяє визначити їх відхилення від нормативних, причини відхилень та напрямки підвищення КПАП підприємства.

### **Висновки**

Таким чином, запропоновано методичний підхід до оцінювання рівня КПАП, який полягає в зіставленні результатів оцінювання КПАП із позиції перевізника та пасажирів. Оцінювання КПАП з позиції перевізника запропоновано здійснювати за процесом пропозиції послуги, її надання та внутрішньої діяльності, з позиції пасажирів — за результатами анкетування. Зіставлення отриманих оцінок дозволяє виявити різницю між ними, встановити її причини і розробити заходи з усунення.

### **Список літератури**

1. Лисенко Н.О. Методи оцінки конкурентоспроможності продукції м'ясопереробних підприємств // Актуальні проблеми економіки. — 2007. — № 11 (77). — С. 60 – 67.
2. Хрущ Н.А. Методи оцінки стійкості і конкурентоздатності підприємства: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01/ Одес. держ. екон. ун-т. — Одеса, 1996. — 23 с.
3. Лепа Р.М. Методи оцінки і аналізу конкурентоспроможності продукції: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.02 / Інст. екон. пром. НАНУ. — Донецьк, 1998. — 17 с.
4. Павлова Н.Н. Маркетинговый подход к оценке конкурентоспособности товара// Маркетинг в России и за рубежом — 2004. — №1 (39). — С. 82 – 89.
5. Абалонин С.М. Конкурентоспособность транспортных услуг: Учеб. пособие. — М.: ИКЦ «Академкнига», 2004. — 172 с.
6. Шинкаренко В.Г., Криворучко О.Н. Оценка и анализ конкурентоспособности и качества транспортных услуг. — Х.: ХНАДУ, 2001. — 22 с.
7. Бондаренко Г.С. Управління конкурентоспроможністю транспортного підприємства: Дис. канд. екон. наук: 08.06.02. — Х., 2001.

Стаття надійшла до редакції 17.10.08  
© Василенко Т.Є., Юсупова Л.О., 2008