

## ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 656.2.073.235

**Андрієнко М.М.**,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри економіки підприємств повітряного транспорту,  
*Національний авіаційний університет*

### ЧИННИКИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТРАНСПОРТНИХ ПОСЛУГ

**Андрієнко М.М. Чинники забезпечення ефективності транспортних послуг.** У статті встановлено сутність та зміст, а також обґрунтовано функції блоку гармонізації інтересів вантажовласників та транспортного центру і блоку адаптування до змін потреб і вимог клієнтури, визначено алгоритм розрахунку коефіцієнта адаптування центру до змін потреб та вимог клієнтів та коефіцієнта гармонізації інтересів транспортного центру та клієнтів, визначено їх вплив на дохідність перевізних та сервісних послуг.

**Ключові слова:** перевезення, транспорт, доходи, ефективність, послуги, витрати.

**Андрієнко М.М. Факторы обеспечения эффективности транспортных услуг.** В статье установлены сущность и содержание, а также обоснованы функции блока гармонизации интересов грузовладельцев и транспортного центра и блока адаптации к изменениям потребностей и требований клиентуры, определен алгоритм расчета коэффициента адаптации центра к изменениям потребностей и требований клиентов и коэффициента гармонизации интересов транспортного центра и клиентов, определено их влияние на доходность перевозочных и сервисных услуг.

**Ключевые слова:** перевозки, транспорт, доходы, эффективность, услуги, расходы.

**Andriienko M.M. Factors to ensure the efficiency of transport services.** The article establishes the essence and content, as well as substantiates functions of the block of harmonization of interests of cargo owners and transport center and the block of adaptation to changes in needs and requirements of clients, algorithm of calculation of the coefficient of adaptation of the center to the changes in needs and requirements of customers, coefficient of harmonization of interests of the transport center and customers, and their impact on the profitability of transportation and service are determined.

**Key words:** transportation, transport, revenue, efficiency, services, expenses.

**Постановка проблеми.** У сфері вітчизняної та зарубіжної економіки послуги займають найбільшу частку серед галузей народного господарства. Сфера послуг досить швидко розвивається за рахунок або створення нових, або покращення якості вже наявних. Як відомо, на ринку послуг, який представлено більш вузькими ринками, виділяють сферу транспорту, яка також поділяється на менші складові. Традиційно у практиці доставки вантажів залізницею універсальним способом транспортування визначають контейнер. Споживачі таких перевезень отримують набір послуг залізничного транспорту, проте фактично вони купують переваги, які надають ці послуги. Тому метою транспортного сервісного центру є надання таких послуг, що характеризуються однією чи кількома суттєвими особливостями, які помічають та цінують споживачі.

З плином часу вимоги та потреби вантажовласників поступово змінюються. Відповідно до цього транспортне підприємство має вдосконалювати свої послуги, освоювати нові або підвищувати конкурентоспроможність наявних за допомогою підвищення якості сервісного обслуговування.

Суттєву відмінність перевізних та сервісних послуг в ринкових умовах становить відмінність від послуг

конкурентів завдяки цінності та конкурентоспроможності. Оскільки сервісний центр надає комплекс послуг, забезпечити конкурентоспроможність можна за допомогою забезпечення економічних інтересів як вантажовласників, так і своїх власних за рахунок відповідного рівня якості.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ефективності реалізації якісних транспортних послуг надається велике значення. Цьому питанню присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних вчених, таких як, зокрема, А.П. Абрамов, Є.І. Балака, А.А. Вовк, В.Г. Галабурда, О.В. Гончарук, Н.М. Колеснікова, В.Ю. Креймер, Л.Б. Міротін, В.Ю. Соколов, Н.П. Терьошина, М.Ф. Трихунков, Ю.М. Цветов, Л.Г. Чернюк. Проте в напрацюваннях недостатньо висвітлено питання механізму взаємодії вантажовласників та транспортних сервісних центрів, а також відсутні складові елементи їх потенційних економічних інтересів [6; 7].

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є визначення додаткових функцій відділів маркетингу та показників, які за своєю сутністю можуть визначати їх вплив на результативність сервісного центру та отримані клієнтами послуги [8].

**Виклад основного матеріалу.** Обсяги контейнерних перевезень, виконані транспортним сервісним центром, регулюються відповідно до закону попиту та пропозиції у транспортних послугах на даному сегменті ринку (рис. 1). Визначимо поняття «послуга» та «сервіс». Послуга, відповідно до визначення Ф. Котлера, є об'єктом продажу, вигод або задоволення. За міжнародними стандартами послуги – це комплекс функцій, які пропонуються підприємством споживачу. Тому для транспорту це поняття означає не тільки просте виконання перевезень, а й весь набір супутніх функцій, які надаються споживачам у транспортному центрі, таких як, зокрема, інформаційне обслуговування, задоволення попиту, сервіс наданих послуг, економіко-фінансове обслуговування. Сервіс – це надання комплексу основних та додаткових нетранспортних послуг, пов'язаних з перевезенням контейнеропридатних вантажів, з метою залучення максимальної кількості споживачів. Сервісне обслуговування клієнтури великою мірою залежить від якості послуг. Якість – це сукупність властивостей та характеристик послуги, які визначаються можливістю задоволення певних потреб та вимог. Якість послуг – це загальний ефект надання послуг, який визначає рівень задоволення споживачів. Кількість перевезених контейнеропридатних вантажів залежить від ринкової ціни на перевезення та додаткові сервісні послуги. Попит споживачів у послугах сервісного центру є компромісом між їх ефективністю та ціною. Рівень попиту може змінюватися залежно від багатьох причин. Ціна, яку готові платити вантажовласники, підлягає ринковому регулюванню та залежить від впливу певних причин. Тому завданням працівників маркетингового відділу сервісного центру є розуміння цих залежностей та використання їх на свою користь з метою отримання додаткового доходу [1; 2; 4, с. 230–245].

Механізм сервісного обслуговування контейнерних перевезень характеризується системою організаційних, економічних, правових, управлінських та регулюючих дій, процесів, які формують обсяги попиту та пропозицій у послугах сервісного транспортного центру і впливають на них, що приведе до очікуваних результатів клієнтів та залізничного транспорту. З метою реалізації економічних інтересів обох сторін у складі комплексного сервісного центру слід виділити два блоки, а саме блок гармонізації інтересів вантажовласників та транспортного центру, блок адаптування до змін потреб і вимог клієнтури. Проаналізувати, яким чином їх діяльність вплине на результати центру та клієнтів, можна за допомогою економічної оцінки роботи центру та результатів задоволення потреб клієнтів у послугах. Оцінку результативності транспортного центру та клієнтів слід визначати за допомогою коефіцієнта адаптування до змін потреб та вимог вантажовласників і коефіцієнта гармонізації їх економічних інтересів. Враховуючи сказане, необхідним

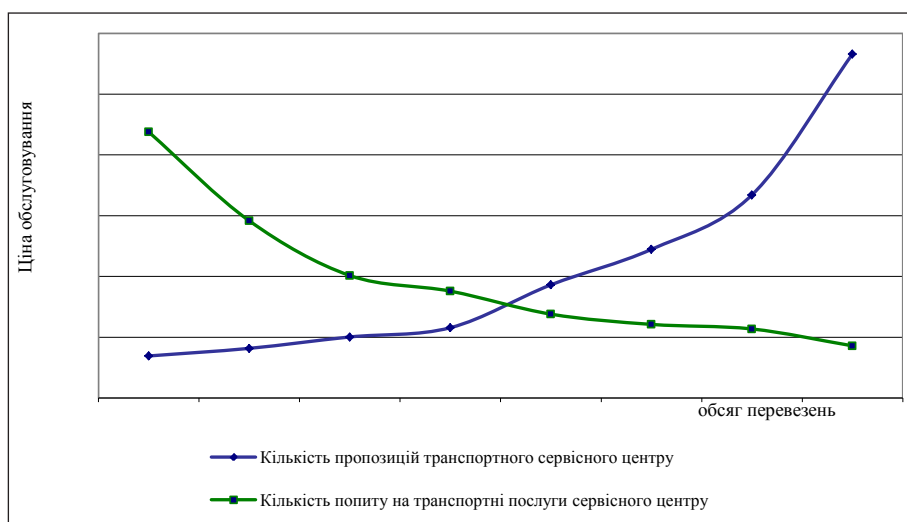


Рис. 1. Кількість попиту та пропозицій транспортних послуг сервісного центру

вважаємо визначення сутності коефіцієнтів адаптування та гармонізації (загального задоволення). Коефіцієнт адаптування до змін потреб вантажовласників характеризує ефективність реагування маркетингового підрозділу сервісного центру в оперативному порядку на зміни потреб та вимог вантажовласників. Коефіцієнт гармонізації визначає ефективність регулювання інтересів вантажовласників та сервісного центру з метою їх задоволення. Виходячи з графічної моделі оптимізації витрат і доходів кожного учасника перевізного процесу, зупиняємось на прийнятних значеннях обох коефіцієнтів.

З метою визначення оптимального рівня сервісного обслуговування доцільно порівняти витрати, доходи та рівень сервісного обслуговування за принципом компромісного рішення. Принцип компромісного рішення слід використовувати під час здійснення перевізної та сервісної діяльності на транспорті для досягнення найвигіднішого співвідношення плати за отримані послуги та рівня якості сервісного обслуговування для клієнтів і сервісного транспортного центру. Щоб визначити оптимальний рівень сервісного обслуговування, слід зіставити витрати, які пов'язані з підвищенням якості сервісного обслуговування та можливою сумою втрати доходів від скорочення наданих послуг (рис. 2). Тому під час планування росту якості сервісного обслуговування перевезень слід виходити з граничного рівня сервісу [5; 6, с. 180–205].

Граничний рівень сервісу забезпечить рівність між отриманими результатами сервісного центру та клієнтами під час реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів.

Коефіцієнт адаптації до змін потреб вантажовласників становитиме:

$$\kappa_{ад} = \frac{\Sigma Д}{\Sigma В},$$

де  $\Sigma Д$  – доходи центру від основної та сервісної діяльності, грн.;

$\Sigma В$  – витрати центру від надання перевізних та сервісних послуг, грн.

Причому  $\kappa_{ад} = \frac{Д + \Delta Д}{В + \Delta В}$  має бути рівним одиниці або більшим за неї,

де  $\Delta D$  – дохід сервісного центру від ефективного реагування на зміни потреб клієнтів, грн.;

$\Delta B$  – витрати сервісного центру від адекватного реагування на зміни потреб клієнтів, грн.

Граничний рівень сервісу забезпечить рівність між отриманими результатами сервісного центру та клієнтами під час реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів.

Результати сервісного центру залежатимуть від швидкості реагування маркетингового відділу на зміну потреб споживачів. Під час визначення результатів від ефективного реагування у структурі доходів та витрат транспортно-сервісного центру слід передбачити дохідну і витратну статті. Доходи мають перевищувати витрати або дорівнювати їм, що сприятиме забезпеченню робочого місяця працівника маркетингового відділу [5].

Коефіцієнт гармонізації інтересів сервісного центру та клієнтів визначатиметься таким чином:

$$k_{\text{гар}} = \frac{\sum E_{\text{ц}}}{\sum E_{\text{кл}}} \cong 1,$$

де  $\sum E_{\text{ц}}$  – питома вага отриманих економічних результатів від основної та сервісної діяльності центром, %;

$\sum E_{\text{кл}}$  – питома вага отриманих економічних результатів від перевізних послуг та сервісного обслуговування контейнерних перевезень, %.

Причому  $k_{\text{гар}} = \frac{E_{\text{ц}} + \Delta E_{\text{с.о.}}}{E_{\text{кл}} + \Delta E_{\text{с.о.}}} \cong 1$  (100 %),

де  $\Delta E_{\text{с.о.}}$  – результати від здійснення сервісного обслуговування контейнерних перевезень центром;

$\Delta E_{\text{с.о.}}$  – результати від отриманого ефекту внаслідок отриманих операцій із сервісного обслуговування клієнтами центру.

Таким чином, економічна оцінка роботи сервісного центру за добу визначатиметься за такою формулою:

$$E_{\text{ц}}^{\text{доб}} = \frac{\sum K_{\text{рік}} \cdot \bar{D}}{365} \cdot r_{\text{р}} \cdot k_{\text{як}} \cdot k_{\text{ад}}, \rightarrow \max,$$

де  $\sum K_{\text{рік}}$  – обсяг роботи за рік, контейнерів;

$\bar{D}$  – середній дохід на 1 контейнер;

$r_{\text{р}}$  – коефіцієнт можливого ризику;

$k_{\text{як}}$  – коефіцієнт зміни якості сервісного обслуговування;

$k_{\text{ад}}$  – коефіцієнт адаптації центру до змін потреб клієнтів.

Слід зазначити, що середній дохід на один перероблений контейнер сервісним центром складатиме:

$$D_{\text{сер}} = \Delta D \cdot k_{\text{ад}} \cdot k_{\text{гар}}.$$

Аналогічно можна визначити результати задоволення потреб клієнтів у послугах центру:

$$E_{\text{кл}}^{\text{доб}} = \frac{P_m \cdot P_k - (T_m^{\text{авт(зал, зал-авт)}} + Z_{\text{авт(зал, зал-авт)}})}{t_{\text{достав(зал, зал-авт)}}} \cdot r_{\text{р}} \cdot k_{\text{інф}} \cdot k_{\text{ао}}, \rightarrow \max,$$

де  $P_m$  – ціна 1 т вантажу, що перевозиться контейнером, грн.;

$P_k$  – завантаження одного контейнера, т;

$T_m^{\text{авт(зал, зал-авт)}}$  – плата за транспортування, грн.;

$Z_{\text{авт(зал, зал-авт)}}$  – збитки вантажовласників, грн.;

$t_{\text{достав(зал, зал-авт)}}$  – термін доставки вантажу, діб;

$k_{\text{інф}}$  – коефіцієнт інфляції.

Якщо задовольняється рівність  $E_{\text{ц}}^{\text{доб}} \cong E_{\text{кл}}^{\text{доб}}$ , то можна говорити про загальне задоволення економічних інтересів сервісного центру і вантажовласників під час здійснення контейнерних перевезень на залізничному транспорті.

Необхідним є визначення впливу індексу якості сервісного обслуговування, коефіцієнтів адаптації, гармонізації та культури сервісного обслуговування на заплановані результати економічних інтересів клієнтури та сервісного центру. Оцінка результатів роботи сервісного центру залежить прямо пропорційно від значення індексу якості та коефіцієнтів адаптації і гармонізації.

Вплив кожного показника визначимо за допомогою способу кінцевих зважених результатів. Вплив кожного фактору розраховується так: спочатку обчислюються всі варіанти результативного показника під впливом першого фактору, другого, третього.

$$\Delta y_a^1 = (a_1 - a_0) \cdot v_0 \cdot c_0;$$

$$\Delta y_a^2 = (a_1 - a_0) \cdot v_1 \cdot c_0;$$

$$\Delta y_a^3 = (a_1 - a_0) \cdot v_0 \cdot c_1;$$

$$\Delta y_a^4 = (a_1 - a_0) \cdot v_1 \cdot c_1;$$

$$\Delta y = \frac{\Delta y_a^1 + \Delta y_a^2 + \Delta y_a^3 + \Delta y_a^4}{4}.$$

Подібні розрахунки проводяться за кожним фактором. Таким чином, на зміну доходів від реалізації перевезень контейнеропридатних вантажів та їх сервісного обслуговування вплинули такі фактори:

– рівень якості сервісного обслуговування (23,2%);

– адаптація сервісного центру до зміни потреб та вимог клієнтури (67,2%);

– рівень гармонізації інтересів клієнтів та центру (9,6%).

**Висновки.** Функціонування блоків адаптації до вимог клієнтів і гармонізації інтересів центру та вантажовласників сприятиме задоволенню їх економічних інтересів. Якщо інтереси перевізника та споживачів

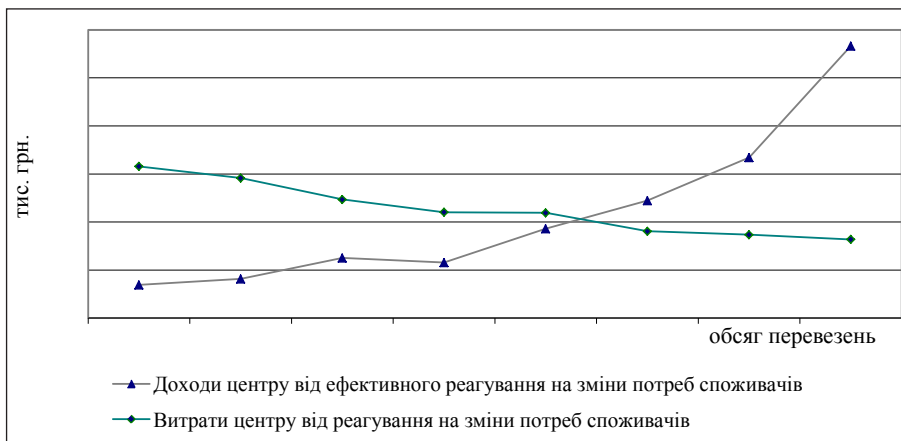


Рис. 2. Результати діяльності сервісного центру

Таблиця 1

## Фактори впливу на економічний результат діяльності центру

Фактор	Умовне позначення	Значення фактору		Зміна фактору (+, -)	Зміна доходів	Питома вага зміни доходів, %
		базове	планове			
Якість сервісного обслуговування	а	0,835	0,956	+ 0,121	0,128	23,2
Коефіцієнт адаптації	в	1,0	1,35	+0,35	0,37	67,2
Коефіцієнт гармонізації інтересів	с	0,95	1	+ 0,05	0,053	9,6
Разом		0,8	1,3	+ 0,5	0,551	100

вачів транспортних послуг будуть максимально задовольнятися, відповідно, перевізні та сервісні послуги транспорту стануть конкурентоспроможними, а отже, будуть користуватися попитом на ринку перевезень.

Тому доцільним є розроблення стратегії розвитку залізничного транспорту на довгостроковий період, яка має складатися з комплексу часткових стратегій. Причому під стратегією розвитку залізничних контейнерних перевезень слід розуміти програму дій на певну перспективу з урахуванням прийнятого ризику відповідно до встановлених цілей розвитку контейнерної системи та можливостей їхнього досягнення в окремій сфері діяльності або в рамках окремої структурної одиниці, що забезпечує ефективність діяльності системи загалом і тих підприємств, які здійснюють контейнерні перевезення, зокрема.

Таким чином, до головних напрямів реалізації економічної стратегії розвитку залізничних контейнерних перевезень, що сприятимуть зростанню ефективності та якості послуг, належать модернізація системи державного управління залізничним транспортом; формування конкурентного ринку послуг залізничних послуг; інтенсифікація робіт з облаштування залізничних переходів через державний кордон; впровадження нових контейнерних маршрутів; гармонізація транспортного законодавства з відповідними законодавствами ЄС; розвиток МТК та залучення України до розбудови нового міжконтинентального проекту «Євразія», що з'єднує країни Європи з азійськими державами; реалізація залізничних проектів з розбудови центральної осі Транс'європейської транспортної мережі.

## Список використаних джерел:

1. Андрієнко М.М. Економічний механізм сервісного обслуговування контейнерних перевезень. Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту Міністерства транспорту та зв'язку України. Серія «Економіка і управління». № 11. Київ: ДЕГУТ, 2008. С. 120–130.
2. Андрієнко М.М. Економічна оцінка способів доставки контейнеропридатних вантажів. Проблеми економіки і управління на залізничному транспорті: матеріали Третьої Міжнародної науково-практичної конференції. Київ: вид-во ДЕГУТ, 2008. С. 94–95.
3. Богомолова Н.І., Андрієнко М.М. Розвиток контейнерних перевезень в Україні. Збірник наукових праць Київського університету економіки і технологій транспорту Міністерства транспорту України. Серія «Економіка і управління». № 5. Київ: КУЕТТ, 2004. С. 108–115.
4. Ноздрева Р.Б., Крылова Г.Д., Соколова М.И., Гречков В.Ю. Маркетинг. Москва: Економистъ, 2003. 568 с.
5. Павоне Дж. Оценка качества транспортных услуг. Железные дороги мира. 1998. № 1. С. 23–30.
6. Пасічник В.І. Теоретичні основи економіки експлуатаційної діяльності залізниць: монографія. Київ: Наук. світ, 2003. 222 с.
7. Сич С.М., Богомолова Н.І., Андрієнко М.М., Кислий В.М. Економічні аспекти контейнерно-контрейлерного обслуговування клієнтури залізничного транспорту: монографія. Київ: Логос, 2007. 392 с.
8. Смирницкий Е.К. Экономические показатели бизнеса. Москва: Экзамен, 2002. 512 с.